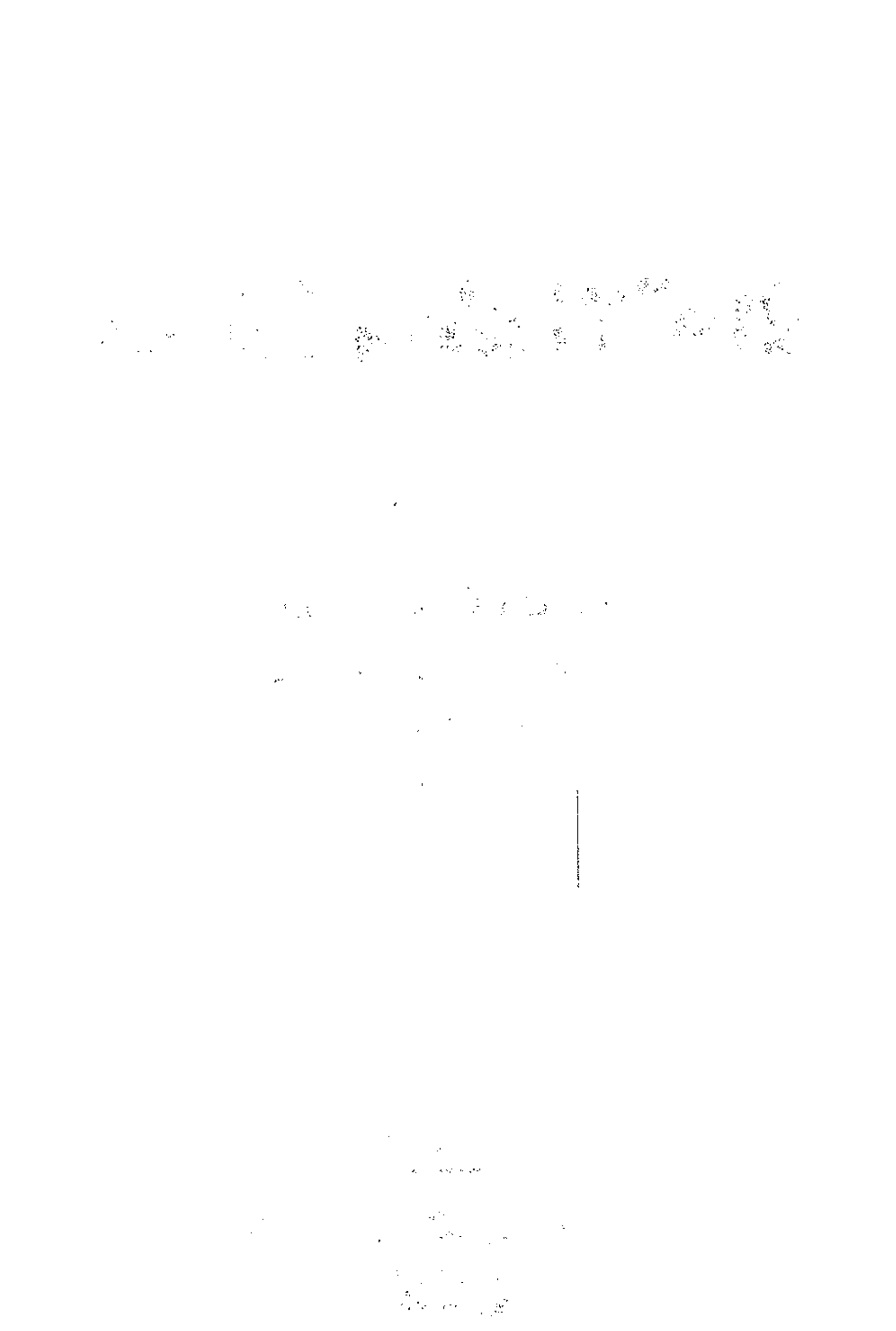
مدخل إلى علم الاتصال

دكتورة / منال طلعت محمود
مدرس بالمعهد العالى للخدمة الإجتماعية
جامعة الأسكندرية

٢٠٠١ - ٢٠٠٢

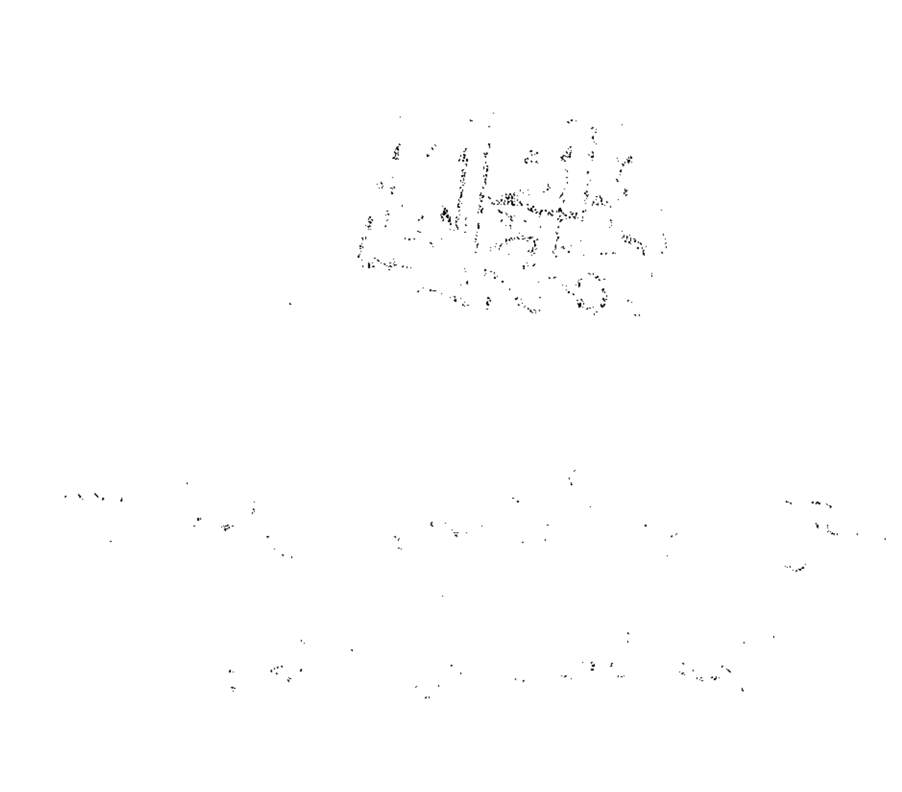


بسم الله الرحمن الرحيم

﴿رَبِّ أَدخِلني مُدخَلَ صِدقٍ وأَخرِجني مُخرَجَ صِدقٍ
واجعَل لي مِن لَدُنكَ سُلطانًا نَصيرًا﴾

سورة الاسراء ، الآية ٨٠

صدق الله العظيم



مقدمة

كان الاتصال ومازال عنصراً هاماً في الحياة برزت أهمية وفاعلية مع زيادة التقدم التكنولوجي فلقد هئيات عمليات التحضر والتصنيع والتحديث فضلاً عن الحرب العالمية الأولى الظروف المحلية والدولية الملائمة نحو الاتصالات بين كافة المجتمعات الأمر الذي جعل من العالم أشبه بقرية صغيرة.

وموضوع الاتصال من أكثر الموضوعات التي شغلت أهتمام العلماء والباحثين في فروع معرفية شتى ومجالات علمية مختلفة نذكر من أهمها علم النفس والاجتماع والسياسة والأنثروبولوجيا والتاريخ، فضلاً على أنه يمثل محور اهتمام المتخصصين في دراسة العلاقات الدولية والدراسات الأدبية والعلمية والتي تصدت جميعها بالدراسة والفهم والتحليل لهذه العملية.

ومهنة الخدمة الاجتماعية هي إحدى هذه المهن التي ارتبطت طبيعة الممارسة بها بالعمل على خدمة المجتمع المحلي في كل العالم النامي إلى أن بدأت تظهر عمليات التطور الاجتماعي وإنعكاسه علي المجتمع وبالتالي على اشكال الممارسة المختلفة مطالبة بعمليات اجتماعية أوسع نحو عمليات التغيير والنمو والتعامل مع الإنسان من مدخل العقلانية والإراده وتهيئة وتوظيف الإمكانيات البشرية في ضوء متغيرات القرن العشرين.

ويعد الاتصال من الموضوعات الرئيسية في الخدمة الاجتماعية لأنها مهنة قائمة على الاتصال في كافة اشكاله فالأتصال اداه لتنمية الإنسان وتطور معارفه وخبراته سواء من الناحية الاجتماعية أو التعليمية أو التربوية أو التثقيفية أو التوجيهية أو السياسية حيث تلعب وسائل الاتصال دوراً هاماً في تحقيق هذا

الهدف والأخصائي الاجتماعي من خلال تواجده في المؤسسات على اختلاف أشكالها وادوارها والتي تعمل على تنمية المجتمع يقوم بالعديد من العمليات التي تهدف إلى تسهيل التفاعل بين المواطنين وزيادة الإتصال بينهم وتنسيق جهودهم وحثهم على التضامن والمثابره واكتساب البصيره الاجتماعية والقدرة على تحمل المسئولية مما يساعد على أداء الأدوار الملائمة لتنمية مجتمعهم ولإنجاز الأهداف المشتركة.

ومن هنا فأن دراسة موضوع الاتصال وإلقاء الضوء على أبعاد هذه العملية يعد من الأمور الهامة والأساسية لكل عضو في المجتمع باعتباره طرفاً مستمراً في العديد من العمليات الاتصالية على مدار يومه.

ومن ثم فقد تناولنا في هذا الكتاب عدداً من الموضوعات الأساسية لعملية الاتصال ويشمل الكتاب على ثماني فصول، وتحدد الفصل الأول في ماهية الاتصال من خلال الاتصال وخصائصه ومفهوم الاتصال.

وتعرض الفصل الثاني لموضوع أساليب الاتصال من حيث أسلوبي التعبير اللفظي والتعبير الغير لفظي.

وكان الفصل الثالث عن مهارات الاتصال حيث تعرضنا فيه لكل من معنى المهارة وأهمية المهارات في ممارسة مهنة الخدمة الاجتماعية وتصنيف مهارات الممارسة المهنية في الخدمة الاجتماعية مع الأشارة لمؤشرات بعض مهارات الاتصال وعوامل نجاح عملية الاتصال.

أما الفصل الرابع فقد تناولنا عملية الاتصال ونماذجها الأساسية وذلك من خلال عناصر عملية الاتصال مع تحليل لتلك العناصر في ضوء بعض النماذج مع عرض لانماط الاتصال.

وكان الفصل الخامس عن النظريات العلمية التي يعتمد عليها الاتصال.

وتعرضنا في الفصل السادس لعملية الاتصال والرأي العام من خلال عرض لتاريخ الرأي العام مع تحليله ومقومات ووسائل الاتصال وعلاقته بالرأي العام وكما تتضمن أنواع الرأي العام وطرق قياسه ولأهم مشكلات قياسات الرأي العام واختتم هذا الفصل بعرض لبعض المعايير الأساسية لنجاح قياس الرأي العام.

وكان الفصل السابع عن الإعلام حيث عرضنا فيه لكل من مفاهيم الإعلام والمفاهيم ذات العلاقة كالإعلام والدعاية والإعلان، كما احتوى على تحليل عملية الإعلام مع عرض لوسائله وعوامل نجاح الرسالة الإعلامية كما تضمن مستقبل ملكية وإدارة وسائل الإعلام مع الأشارة لدور الإعلام في التنمية وتحديات الإعلام المحلي في ظل العولمة.

واخيراً الفصل الثامن بعنوان الخدمة الاجتماعية والاتصال ويحتوى الفصل على مفهوم الخدمة الاجتماعية وعلاقتها بالاتصال ومفهوم الاتصال بالخدمة الاجتماعية وتلى ذلك عرض لأهمية الاتصال في الخدمة الاجتماعية وأختتم الفصل في عرض علاقة الاتصال بممارسة طرق الخدمة الاجتماعية من خلال الاتصال في خدمة الفرد والجماعة وتنظيم المجتمع.

وفي النهاية — آمل أن يكون هذا العمل المتواضع بإذن الله — بداية لطريق أكثر عمقاً وبعداً في هذا المجال فيما بعد.

الاسكندرية ٢١ \ ٩ \ ٢٠٠١ والله الموفق والمستعان

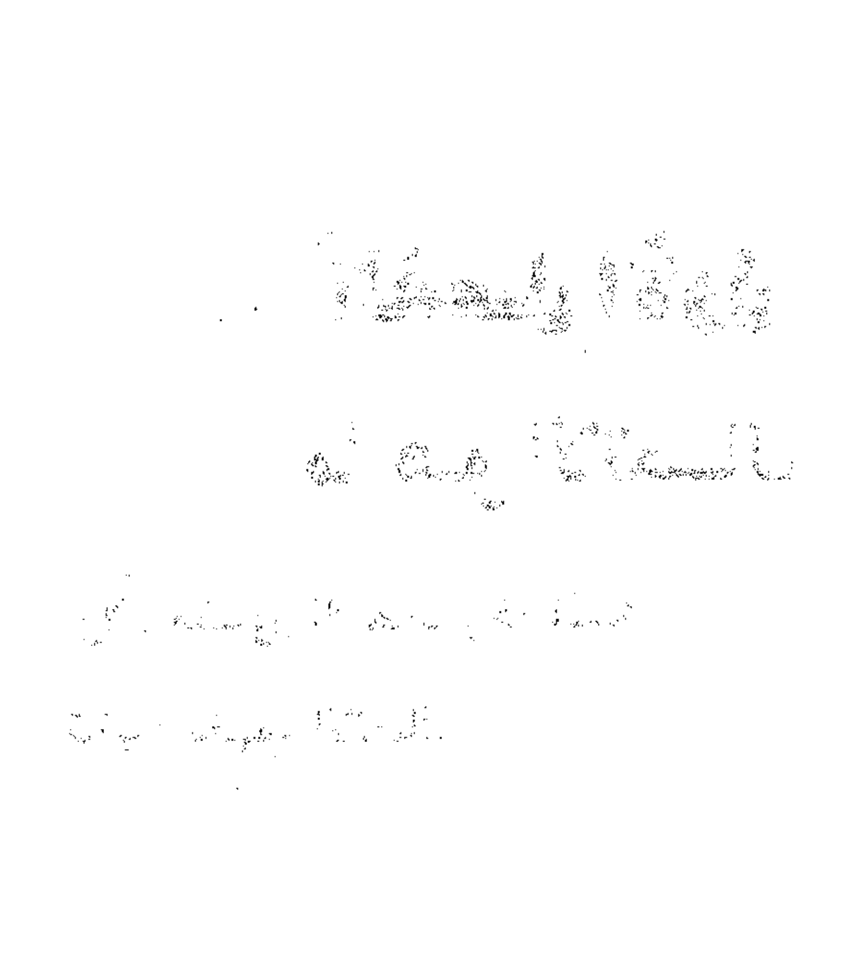
منال طلعت محمود

الفصل الأول

ما هو الاتصال

أولاً: مضمون الاتصال وخصائصه

ثانياً: مفهوم الاتصال



أولاً: مضمون الإتصال وخصائصه:

إن الإتصال ليس مجالاً تقليدياً للدراسة وحيث تبرز أهمية الإتصال في حياتنا حيث أننا نستغرق منها ٧٠٪ في إستخدامه سواء كنا أفراداً في مدرسة ، نادي، أو مؤسسة إجتماعية ولا يمكن لأحد منا أن ينكر أن الإتصال واقع في حياتنا حيث يوجد بداخلنا أشياء متعددة نريد التعبير عنها مثل: المناقشات والمعلومات ،وكل ذلك عن طريق الإتصال، فنجاحنا للقيام بكل هذه الأدوار والأشياء يعتمد إلى حد كبير على كيفية سهولة إتصالنا بالآخرين فنحن كبشر لا يمكن أن ننعزل لأننا جزء من العديد من الشبكات الإجتماعية[1].

وتشير كلمة «الاتصال» إلى معان كثيرة لدى كثير من الناس؛ فالبعض ينظر إليها على أنها علم، والبعض يعتبرها نشاطاً، ويرى آخرون أنها مجال دراسة، بينما يعتقد البعض أنها فن وهي قد تكون نشاطاً عفوياً لا شعورياً أو عملاً مخططاً هادفاً.

وتعدد المعاني المرتبطة بهذا المصطلح يعزى إلى التطور الذي حققه هذا العلم خلال تاريخه ومن العوامل التي أدت إلى تعدد الاستخدامات:

١. استخدام نفس المصطلح ليدل على كل من مجال الدراسة والأنشطة اللازمة له.
٢. طرق الدراسة لهذا المجال التي تعتمد على التقاليد العلمية من ناحية، وعلى الدراسات الفنية والإنسانية من ناحية أخرى.
٣. إن علم الاتصال يعتمد تقليدياً على كثير من العلوم الأخرى.
٤. تشير كلمة واحدة هي «الاتصال» إلى الأنشطة العفوية والأنشطة الهادفة.

٥. استخدمت الكلمة أيضاً في الأنشطة اليومية التي لا تحتاج إلى مهارة معينة، وكذلك في الطرائق الفنية التي تستلزم خبرة احترافية أو معرفة متعمقة في مجال ما.

٦. اللبس الواضح بين استخدام كلمة الاتصال (بوصفها دراسة أو عملية) وبين الاتصال (بوصفها رسائل أو تقنيات).

٧. الشعبية الواسعة التي يتمتع بها هذا المجال أو هذا العلم[٢].

خصائص الاتصال:

قد تبدو أسباب اختلاف معاني كلمة «اتصال» محيرة في أول الأمر، ولكن المعاني المختلفة لهذه الكلمة قد نشأت وتطورت عبر التاريخ الطويل لدراسة علم الاتصال ويكفينا الآن أن ندرك المدى البعيد للأنشطة والأفعال التي تشير إليها كلمة «الاتصال» وأن نتعرف على بعض العوامل التي ساهمت في اكتسابها كل هذه المعاني المختلفة.

المجال والأنشطة:

من العوامل الهامة في هذا الصدد أن كلمة «الاتصال» تشير إلى مجموعة أنشطة كما تشير إلى مجال دراسي فالناس يدرسون الاتصال كما أنهم يتصلون بعضهم بالبعض الآخر (أو بمعنى أدق أنهم يشتركون في عملية الاتصال) ولا يحدث مثل هذا التعقيد في كثير من العلوم الأخرى فالدارس قد يدرس اللغة الإنجليزية ويهتم بكتابتها أو قد يدرس علم النفس ويطبق قوانينه في العلاج والإرشاد النفسي حيث تستخدم في هذه الميادين ألفاظ مختلفة لتميز بين مجال الدراسة والأنشطة التطبيقية التي تصاحبها، وهذا حادث في أغلب تلك الميادين لكن في حالة الاتصال لا نملك إلا لفظاً واحداً يشير إلى كل من مجال الدراسة والأنشطة معاً في آن واحد.

العلم والفن:

والعامل الثاني الذي ساهم في تعدد معاني هذا اللفظ هو تعدد الطرق التي اتبعها الباحثون في دراسة عملية الاتصال، ففي أيام الإغريق كان الاتصال يدرس باعتباره جزءاً من العلوم الإنسانية والفنون وهو بذلك يشبه إلى حد كبير دراسة الفلسفة والآداب وفي السنوات التي تلت ذلك أصبح لطرق العلوم الطبيعية وعلوم الحياة أثر بعيد على دراسة الاتصال، تماماً كما أثرت هذه الطرق على الميادين الأخرى التي لها علاقة بدراسة السلوك البشري.

وقد زاد الاهتمام في السنوات الأخيرة بالاتجاه العلمي في دراسة الاتصال، ومع ذلك فقد بقي هناك عدد من الباحثين طوال هذه السنوات يهتمون بدراسة علم الاتصال بالطريقة التقليدية التي تعتبره جزءاً من العلوم الإنسانية والأدبية وعلى ذلك نجد أنه حتى بين المهتمين بهذا العلم يوجد من يعتبر الاتصال ظاهرة علمية يمكن فهمها باستخدام الطرق الرياضية والبحثية المنضبطة، بينما يراه البعض نشاطاً إبداعياً، ذاتياً خلاقاً.

مجموعة علوم متداخلة:

إن علم الاتصال قد تمت دراسته في مجالات وبطرق مختلفة، فإلى جانب اهتمام المتخصصين في هذا المجال قام بدراسة عملية الاتصال علماء النفس والاجتماع وخبراء العلوم السياسية واللغويون وعلماء الحيوان وعلماء علم أصول الإنسان (الأنثروبولوجيون) والفلاسفة، فكلهم يعدون أن هذا المجال — مجال الاتصال — مهم جداً للموضوعات التي يدرسونها.

ففي علم النفس انصرف الاهتمام إلى الرابطة بين الاتصال والفرد، وفي علم الاجتماع اهتموا بالاتصال باعتباره عملية اجتماعية وفي دراسة العلوم السياسية انصرف الاهتمام إلى الاتصال وعلاقته بالسلوك السياسي وفي علم

الحيوان اتجه الاهتمام إلى عملية الاتصال بين الحيوانات... وهكذا.وفي الوقت الذي ساهمت فيه كل هذه العلوم في فهمنا لعملية الاتصال وأثرت في خبراتنا في هذا المجال، زادت كذلك من المعاني المختلفة لكلمة الاتصال.

طبيعي وهادف:

عندما نفكر في الاتصال باعتباره نشاطاً أكثر منه مجالاً للدراسة، تظهر أمامنا معانٍ أخرى كثيرة فمن جهة - على سبيل المثال - يمكن النظر للاتصال باعتباره عملية التحدث والإنصات التي تشكل نشاطاً طبيعياً في حياتنا اليومية كما يمكننا أن ننظر لهذه العملية من جهة أخرى باعتبارها نشاطاً مقصوداً لذاته، هادفاً وواعياً يسهم في الناس عندما يلقون خطاباً أو يكتبون تقريراً.

الهاوي والمحترف:

إن أحد استخدامات كلمة «الاتصال» يشير إلى أنشطة كثيرة، منها الكلام والقراءة والكتابة التي يقوم بها الناس دون تدريب معين أو مهارة خاصة وتشير هذه الكلمة نفسها إلى الأنشطة التي يزاولها المحترفون في التسويق والدعاية والإرشاد والعلاقات العامة والإدارة والصحافة.

وفي أغلب المجالات الأخرى توجد ألفاظ وعبارات أخرى تساعد على تحديد المعنى وتجنب الغموض فعلى سبيل المثال هناك الكثيرون الذين يرسمون أو يصورون لتمضية وقت الفراغ أو لإشباع هواية، ولكن مصطلح «فنان» لا يطلق إلا على هؤلاء الذين لديهم مران ومهارة، والذين يستخدمون مواهبهم باعتبارهم محترفين وينطبق هذا على الرياضيين، فعبارة «لاعب الكرة

المحترف» أو «لاعب الجولف المحترف» كلتاهما تفرق بين الرياضي الخبير والهاوي أما فيما يختص بـ«**الاتصال**» فهناك مصطلح واحد فقط لإشارة إلى أنشطة المحترفين والهواة على السواء.

الاتصال والاتصالات:

من العوامل التي تساعد على تعدد معاني هذه الكلمة الخلط بين «**الاتصال**» و«**الاتصالات**». فالأشخاص الذين اهتموا بالاتصال كان مجال اهتمامهم التقنية ووسائل الاتصال وقد درج الناس على استخدام مصطلح «**الاتصالات**» لتشير إلى هذه التقنيات وإلى رسائل معينة تنتقل بواسطة وسائل الاتصال هذه.

ولما صارت تقنيات الاتصال متاحة بشكل مطرد في السنوات الأخيرة، زاد الاهتمام بها وصار مصطلح «**الاتصالات**» يستخدم بديلاً لكلمة «**الاتصال**» وكان من أثر ذلك أن زاد الغموض المحيط بمعنى هذا المصطلح.

الانتشار والشيوع:

والعامل الأخير الذي ساهم في تعدد معاني هذه الكلمة هو انتشار وشيوع الاهتمام البالغ بعلوم الاتصال في السنوات الأخيرة ففي خلال العشرين سنة الماضية زاد عدد الكتب الخاصة بالاتصال وكذلك المجالات والوسائل والمدرسون والدارسون والأقسام التي تهتم بدراسة الاتصال والمقررات المتعلقة بهذا العلم بشكل سريع ومتزايد فاق أي مرحلة أخرى في تاريخ هذا العلم ومع هذا الاهتمام المتزايد اتسع مجال هذا العلم مما أدى إلى تغيرات كثيرة جعلته أكثر انتظاماً وضبطاً مما كان عليه قبل ذلك.

وقد وازى، بل حتى فاق شيوع الاتصال في المجال الأكاديمي الاهتمام الذي لقيه في المجال العام ففي سنة ١٩٧٥ ذكر قاموس هاربر الخاص بالاستخدامات اللغوية المعاصرة عن كلمة اتصال أنها «كلمة جذابة تتردد كثيراً بسبب وبغير سبب.. يستخدمها البيروقراطيون والمعلقون والصحفيون كما تذكر كثيراً في برامج الإذاعة والتليفزيون» واليوم هناك كتب عن اتصال الإنسان بنفسه والاتصال في الزواج والاتصال بين أفراد العائلة وبين أعضاء الجماعات وفي العلاج النفسي، والاتصال بين المرؤوس ورئيسه، وبين الزملاء في العمل والأصدقاء والأبناء... إلخ، كما زاد عدد الكتب والمجلات التي تتعلق بالتليفزيون والسينما والرسوم الهزلية وألعاب الفيديو والحاسب الآلي الشخصي. كما تهتم بعض هذه المطبوعات بظواهر الخجل والثقة والاعتزاز بالنفس وما إلى ذلك.

وبسبب الاهتمام الزائد بهذا المجال، صار من السهل على أغلب الناس استخدام هذا المصطلح بثقة وفهم واعتداد، مع أنه من المؤكد للجميع أنه ليس هناك إجماع على معنى هذا المصطلح، ونتيجة لذلك كثيراً ما يتطوع البعض بإصدار الأحكام الخاصة بمهارات الاتصال التي يتمتع / يتميز بها صديق أو قريب أو زميل، وهذان الانتشار والشيوع الكبيران لكلمة «اتصال» وكثرة استخدامها في المحادثات اليومية لها مزايا وعيوب، فهي قد أكدت أهمية هذا المجال وشدت الاهتمام به من جهة، ومن جهة أخرى ساهمت في الفكرة الخاطئة التي تنادي بأن الاتصال عملية يسهل فهمها، مما يؤدي إلى زيادة اللبس والغموض في فهم هذا المجال.

المعلومات والسلوك:

لكل الأسباب التي سبق ذكرها نجد أن الإجابة عن السؤال (ما هو الاتصال؟) من الصعوبة بمكان. فلا يستطيع أن يتصدى للإجابة عن مثل هذا السؤال إلا الشخص الذي يهتم اهتماماً كبيراً بعملية الاتصال ومجالها وتقنياتها، وهذه الإجابة يجب أن تدعم برأي في عملية الاتصال يجمع بين شتات كل هذه المعاني المختلفة.

وإذا نظرنا نظرة عامة لهذا الموضوع مستعرضين مختلف الآراء التي تجمعت عن الاتصال، فإنه بالإمكان أن نصل إلى هذه النظرية المتكاملة سواء استعملنا كلمة اتصال لنعني بها مجال الدراسة أو بمعنى نشاط تطبيقي، أو باعتبارها عملية هادفة مقصودة أو طبيعية تلقائية، أو بوصفها علماً أو فناً، أو علاقات إنسانية أو وسائل اتصال جماهيرية، أو حاسبات آلية شخصية أو إرشاداً نفسياً، أو خطابة أو صحافة ـ فسوف نجد اهتماماً مركزاً على المعلومات والسلوك[٣].

ثانياً: مفهوم الاتصال Communication

الإتصال بالمفهوم العام للعلم هو «إنتقال المعلومات والحقائق والأفكار والآراء والمشاعرأيضاً» والإتصال هو نشاط إنساني حيوي وأن الحاجة إليه في إزدياد مستمر.

فالإنسان كائن إجتماعي فهو لا يعيش بمفرده ولكن بالتعاون مع الأشخاص الآخرين ، وإذا أخذنا مثالاً يدل على الإتصال الإنساني، نذكر عندما يقول شخص لآخر مرحباً، ويستحدم الآخر إيماءات في رده على التحية، حينئذ نجد أن هذه العملية تأخذ ثوان قليلة لكنها تتضمن المقدرة على إنجاز أنشطة متعددة ةهي:

١ — أنشطة ذهنية لأن كلا من الطرفين سوف يتذكر المقصود بكلمة مرحباً.

٢ — أنشطة سيكولوجية لأن المستمع سوف يدرك الكلمة وأن كلا من الشخصين يعرف الكلمة ومعناها.

٣ — أنشطة ثقافية لأن كلا منهما يستخدم لغة، وتعد هذه اللغة جزءاً هاماً في ثقافتهما.

٤ — أنشطة سوسيولوجية لأن تبادل التحية يعد تفاعلاً إجتماعياً.

ونحن لا نستطيع أن نكتشف كل هذه المظاهر الإتصالية بالتفصيل ولكن نستطيع أن نثبت بأنها تساهم في الإتصال الإنساني(٤).

كما يشير مفهوم الاتصال إلى العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين يختلف من حيث الحجم ومن حيث محتوى العلاقات المتضمنة فيه، بمعنى أن هذا النسق الاجتماعي قد يكون مجرد علاقة ثنائية نمطية بين شخصين أو جماعة صغيرة أو مجتمع

محلي أو مجتمع قومي أو حتى المجتمع الإنساني ككل ـ إن صح إطلاق مثل هذا الاصطلاح.

وينبغي أن نميز ـ بادئ ذي بدء ـ بين أنماط معينة من انتقال الأفكار والمعلومات ، وأهم ما يهمنا هنا التمييز بين نمطين رئيسيين، يمكن أن نطلق على النمط الأول الانتقال ذا الخط الواحد. وعلى النمط الثاني الانتقال ذا الخطين، ونقصد بالنمط الأول أن المعلومات والأفكار تنتقل من مصدر إصدار أو إرسال إلى مصدر استقبال بحيث يكون مركز الإرسال هذا هو البعد الإيجابي بينما يكون موقف مركز الإرسال سلبياً تماماً، بمعنى آخر إن عملية التفاعل والتبادل تكاد تنعدم في مثل هذا النمط، وهنا لا نستطيع أن نطبق اصطلاح الاتصال تطبيقاً تاماً، ويمكن أن نستعيض عنه بمفهوم النقل أو الانتقال لأن بعد التفاعل والتبادل من أهم ما يميز الاتصال كمفهوم وعملية، إلا أننا لا نستطيع بسهولة أن نقول أن مثل هذا النمط يمثل وجوداً واقعياً، بمعنى أننا لا نجد في الواقع عملية تبادل فكري دون أن تكون هناك مشاركة بين أطراف معينة، إلا أن هذا النمط يتميز بدرجة قليلة جداً من التبادل و التفاعل.

أما النمط الثاني وهو ما أطلقنا عليه سلفاً الاتصال ذا الخطين فإنه يعني أن العملية الموجودة عملية تبادل في الأفكار أكثر منها انتقالاً، وعملية تبادل في المعلومات، ببساطة عملية تفاعل مستمر ونستطيع أن نقول أن النمط الأول يشير ـ في بعض جوانبه ـ إلى الاتصالات الجمعية *Mass Communication* بينما يشير النمط الثاني إلى الاتصالات بين الأشخاص *Personal Communication*.

ولقد أصبح مفهوم الاتصال مفهوماً واضحاً وبارزاً في تراث العلوم الاجتماعية ومناقشاتها في العقود الأخيرة مؤلفات عديدة ومقالات متنوعة متخصصة تماماً في الاتصال أو متضمنة له في ثناياها وليس معنى ذلك أن

الاتصال مفهوم حديث جداً فقد استخدمه علماء الاجتماع الأوائل وخاصة «تشارلز كولي» *C. Cooly* وجون ديوي *J. Dewey* .

ولنعد إلى الوراء قليلاً لنحاول تحليل مفهوم الاتصال باعتباره تعبيراً لغوياً لقد ورد هذا المفهوم من الكلمة اللاتينية *Communis* التي تعني في اللغة الإنجليزية *Comman* أي مشترك أو اشتراك فحينما نحاول أن نتصل أو نتواصل فإننا نحاول أن نؤسس اشتراكاً مع شخص أو مجموعة من الأشخاص، اشتراكاً في المعلومات أو الأفكار أو الاتجاهات[٥].

أما تشارلز كولي فإنه يعني بالاتصال .. ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات البشرية وتنمو.

ولقد أكد كولي أن اللغة وحدها لا تنشئ الرموز العقلية وحسب، بل إن كل الموضوعات والأفعال هي رموز عقلية أيضاً والاتصال هو من الوسائل التي بواسطتها يعمل العقل على نمو الطبيعة البشرية الحقة وهكذا يمدنا مصطلح الاتصال بأساس جوهري لفهم الظواهر النفسية والاجتماعية التي يمكن تسميتها بظواهر التخمين *Suggestion*.

والمحاكاة *Imitation* للشخصية أصولها في الوراثة من جانب وفي تيار حياة الجنس البشري من جانب أخر وتوضح دراسة الاتصال أن العقل الفردي لم يكن ذا نمو منفصل ولكن تطور متكامل مع العقل[٦] ومن أكثر التعريفات شمولاً هو ذلك الذي يشير إليه باعتباره عملية اشتراك ومشاركة في المعني من خلال التفاعل الرمزي ويتميز بالأنتشار في الزمان والمكان فضلاً عن إستمراريتها وقابليتها للتنبؤ[٧].

ويعرف علماء التربية الاتصال بأنه «عملية يمكن بواسطتها نقل الأفكار والتغيير الذي يحدث في مكان معين إلى مكان أخر» ويؤكد مارشال ماكلوهان

«إن قدرة الإنسان محدودة في معرفة المعلومات التي يتلقاها خلال عملية الاتصال فهو يحيط بقدر محدد متفرق من هذه المعلومات ثم يقوم بصياغتها بطريقة بطريقته الخاصة لكي توضح له الصورة أو الفكرة عن الموضوع».

ولقد حاول رجال التربية ربط الاتصال بالاتجاه .. وهو الذي يمكن من خلاله تفهم عملية الوعي – الشعور الذي يحدد النشاط الفردي الممكن (الواقعي) .. ويشير الاتجاه إلى الميول التي تميز فرداً بعينه وهو ليس شيء مستق ولكنه تفاعل مع ما يحيط بالفرد من تراث وقيم وعادات وتقاليد وأحداث وعلى هذا يركز علماء التربية عل كل من:

– الاتجاهات الظاهرة – الاتجاهات الكامنة.

كعوامل مهمة في نجاح عملية الاتصال وتحقيق أهدافها .. وفي ذلك أشار ثرستون *Thurestone, P* أنه لا يمكن التعرف على الاتجاه من خلال الرأي فالإنسان قد يكذب في رأيه ويبدي رأياً لا يمثل الحقيقة .. أو ما يشعر به وذلك لأسباب قد تتعلق بالمجاملة وبخاصة في المواقف التي قد لا تقبل الصراحة في الرأي، فمن منا لم يجامل في حياته .. لابد أننا جاملنا (المدرس ـ الطبيب ـ الزوجة ـ الأقارب).

وبصفة عامة يتأثر الاتصال كمفهوم في إطار جهود علماء التربية بنوعية الموضوعات المراد أخذ رأي حولها ونوعية المعلومات المتوفرة حول هذا الموضوع وعلى هذا فالاتصال هو «تلك العملية التي يعبر فيها الإنسان عن أفكاره إلى الآخرين بهدف التأثير فيهم وتعديل اتجاهاتهم أو الإبقاء عليها» وهذا يتطلب تحديد:

أ – نوعية الوسائل المستخدمة في التعبير.

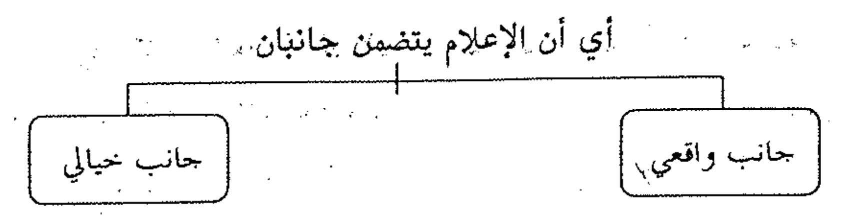
ب– نوعية الموضوع أو الأفكار.

ج – مدى الوضوح في عرض الأفكار والموضوعات[٨].

ويقصد بالاتصال في الإدارة عملية نقل وتبادل المعلومات الخاصة بالمنظمة داخلها وخارجها وهو وسيلة تبادل الأفكار والاتجاهات والرغبات والآراء بين أعضاء التنظيم ويحقق الاتصال التعاون الذهني العاطفي بين أعضاء التنظيم وبذلك يساعد على الارتباط والتماسك ومن خلاله يحقق الرئيس الأعلى أو معاونوه التأثير المطلوب في تحريك الجماعة نحو الهدف وكما أن الاتصال أداة هامة لاحداث التغيير في السلوك البشري[٩].

ويتوقف الاتصال الناجح داخل تنظيمات العمل على الاعتراف بالتباين في أسلوب التفكير بين المستويات الإدارية العليا وبين أولئك الذين يشغلون أدنى مستوى في التسلسل الرئاسي، فهو عملية ضرورية لسير العمل داخل منظمة ما ويعتبر من أهم عمليات الإدارة فهو عملية تتضمن نواحي كثيرة معقدة منها توصيل التعليمات واستقبالها وقبولها ورفضها. وهكذا يتضح أن التفاعل في التنظيم يعتمد على الاتصال ما دام هو أداة نقل المعلومات والوقائع والأفكار والمشاعر من شخص إلى أخر ومن مستوى معين إلى مستوى أخر وهذا يجعل من الممكن تحقيق الأهداف التنظيمية[١٠].

ويعرف الاتصال في مجال الإعلام بأنه «بث رسائل واقعية أو خيالية تتصل بموضوعات معينة على أعداد كبيرة من الناس مختلفين فيما بينهم في النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية يوجدون في مناطق متفرقة».



- الأحداث اليومية.
- أخبار الدول والمجتمعات المحلية.
- أخبار الرؤساء والمسئولين.

- القصص.
- المسرحيات.
- التمثيليات.
- الأغاني.

ولذلك يعرف علماء الإعلام الاتصال بأنه «ظاهرة عامة ومنتشرة، تقوم بدور لا غنى عنه في تحقيق التفاعل الفكري والحضاري داخل المجتمع الواحد وبين المجتمعات أي أن الخبر أو المعلومة سواء كانت واقعية أو خيالية تتحقق - خلال عملية مشاركة بين المرسل والمستقبل من خلال عملية التغذية العكسية أي ما يصل إلى المؤسسة من آراء واتجاهات نحو سياستها وخدماتها والعاملين فيها فهي ليست مجرد عملية إرسال واستقبال لمعلومات أو أفكار أو مشاعر بل إنها تفاعل بين جميع العناصر وبالذات المرسل والمستقبل.

وفي إطار ما تقدم أصبح الاتصال في القرن الحادي والعشرين قوة هائلة للتأثير في الجماهير وفي تكوين الرأي العام وتعديله لأنه يقوم على أساس فهم الجوانب الإنسانية لأفراد المجتمع والمهارة الفنية في الاتصال بالناس والقدرة على رسم الخطط وتنفيذها.

وتهدف طرق الإتصال والإعلام جميعها إلى تحقيق التوافق في العلاقات العامة لصالح المجتمع وذلك من خلال فهم عقليات الناس والتعرف على القوى المؤثرة فيهم وإكتشاف المصالح المشتركة بينهم ورسم الخطط المناسبة لمواصبتها[١١].

ولما كانت العملية السياسية إنما تمثل أحد أبعاد العملية الاجتماعية، وتشكل في الوقت ذاته أحد مجالات التفاعل ومظاهره وبما أن الأمر كذلك فمن الطبيعي إذن أن يكون للاتصال دور بارز ومؤثر في العملية، ولكن نظراً لأن العملية السياسية لها طبيعتها الخاصة والمتميزة، فقد بات من المتعين أن يكون ثمة نمط خاص من الاتصال يمكن الاعتماد عليه في نقل المعلومات والمعارف والتوجيهات السياسية ويمكن عن طريقه أيضاً تحقيق التفاعل السياسي وإتمام عملية الاتصال في هذا المجال. ومن هنا كان الاتصال هو النمط النوعي المناسب لهذه العملية، والميكانيزم الأساسي الذي يمكن التعويل عليه في مختلف مجالات العمل السياسي ومستوياته، والعنصر الدينامي الرئيسي في العملية السياسية بأسرها.

والاتصال السياسي على هذا الأساس وفي مفهومه العام عبارة عن «مضمون سياسي مباشر أو غير مباشر ينساب من خلال الرسائل الاتصالية الشخصية أو الجماهيرية، ويعبر عن أهداف يسعى القائم بالاتصال ـ الحكومي أو غير الحكومي ـ إلى تحقيقها من خلال خلق نوع من الإقناع والإقتناع مع جمهور معين ـ داخلي (محلي أو وطني) أو خارجي (إقليمي أو عالمي) ـ يرى القائم بالاتصال السياسي أن الاتصال به يعتبر أحد المسالك التي تمكنه من تحقيق أهدافه التي يعبر عنها ذلك المضمون السياسي، وذلك دون أن يغفل المحددات الذاتية والموضوعية التي قد تكون لها انعكاساتها الإيجابية أو السلبية على جهده الاتصالي الذي يمارسه من خلال الأدوار الاتصالية المختلفة»[12].

المراجع المستخدمة

1- Alan Hancoke, Communication, London, 1971, p.7.

٢ - تأليف برنت روبن، ترجمة أعضاء قسم الوسائل وتكنولوجيا التعليم، الإدارة العامة للبحوث، الاتصال والسلوك الإنساني، بدون ذكر سنة النشر، ص: ١٨ — ٢٠.

٣- المرجع السابق، ص: ٢٠ — ٢٢.

٤- طه عبد العاطي نجم، الإتصال الجماهيري، الأسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٨، ص: ١٧.

٥- محمود عوده، السيد محمد خيري، أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، الأسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٢، ص: ٥.

٦- محمد عاطف غيث ، غريب محمد سيد أحمد، محمد أحمد بيومي، تاريخ التفكير الاجتماعي، الأسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٧، ص: ٣٤٢.

٧- سامية محمد جابر، على عبد الرازق جلبي ، السيد عبد العاطي، علم الاجتماع، الأسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٨، ص: ١٣٧.

٨- رشاد أحمد عبد اللطيف، الاتصال في الخدمة الاجتماعية، مركز نشر وتوزيع الكتاب الجامعي، بدون ذكر سنة النشر، ص: ١٨.

٩- أحد خاطر، الإدارة وتقويم مشروعات الرعاية الإجتماعية، الأسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ١٩٩٠، ص: ٦٥.

١٠- إبراهيم المليجي، الاتصال وعلاقته بإنتاجية العمال في التنظيم الصناعي، مجلة القاهرة للخدمة الاجتماعية، العدد الثالث، يناير ١٩٩٢، ص:٣٠٩.

١١- زيدان عبد العال، وسائل وأساليب الاتصال، القاهرة، مكتبة النهضة المصرية، ١٩٧٩، ص:٣٢.

١٢- السيد عبد الحليم الزيات ، التحديث السياسي في المجتمع المصري، دراسة سوسيوتاريخية ، الأسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٠، ص:١٢٨.

الفصل الثاني

أساليب الاتصال

أولاً: التعبير اللفظي

ثانياً: التعبير غير اللفظي

لما كان الاتصال أداة تنمية الإنسان وتطور معارفه وخبراته سواء من الناحية الاجتماعية أو التعليمية أو التربوية أو التثقيفية أو التوجيهية أو السياسية ن فإن وسائل الاتصال هنا لها دوراً هاماً في تحقيق هذا الهدف.

فالاتصال هو العملية الاجتماعية الأساسية طالما كانت المعاني والأفكار التي تنتقل بواسطته مؤثرة ـ بطريقة لا مفر منها ـ في جميع العمليات الاجتماعية الأخرى والأشكال الناتجة عن هذه العمليات كالطرق الشعبية *Folk Ways* والسنن الاجتماعية *Modres* والنظم *Institution* وكذلك الرأي العام بوصفه عملية اجتماعية تتأثر بأساليب الاتصال من زوايا متعددة[1]. ويمكن ملاحظة تطور وسائل الاتصال في القرن التاسع عشر على النحو التالي:

١. يمكنها أن تتحمل بكفاءة التعبير عن مدى الأفكار والأحاسيس.

٢. يمكنها انجاز عملية التسجيل.

٣. وفي سرعتها.

٤. وفي انتشارها بين طبقات الناس.

وهكذا يمكن للمجتمع أن ينتظم على أساس أحاسيس ثقافية وعقلية متسقة اكثر من انتظامه على أساس السلطة والاوتوقراطية والطائفية[2]، وأيضاً الاتساع في المجال الانتشاري للمعلومات والأفكار نتيجة تطور وسائل حديثة في الاتصال كالراديو والتليفزيون والبرق والتليفون والصحافة وتبعاً لذلك تطورت جماعات كبيرة ـــ وعريضة تجرى من خلالها المناقشات مما يمكن القول بأن جماعات المناقشة قد تكون عالمية الانتشار وجماعات لا تتصل بها جغرافياً أو مكانياً ومن الإشارات الغامضة غير المحددة اي القواعد القانونية الصامتة الصماء والمفصلة ومن الكتابة التصويرية البدائية إلى فن الاختزال الدقيق والمعاملات الرياضية والمحددة ومن الكلمة التلقائية التي تنطلق متغلغلة في

القبائل البدائية التي تحمل معنى معيناً عندها إلى الإصطلاحات العلمية المحددة دقة وتفصيلاً.

ويقوم الاتصال في جملته على أشكال رمزية مستمدة من الثقافة التي يرتبط بها الشخص أو يتعلمها من خلال الخبرة الشخصية، فالطفل حينما يتعلم كلمة معينة فإنها ترتبط في ذهنه بمعنى محدد كالصلاة مثلاً وبالتالي

هذه الكلمة مستمدة من الثقافة التي ينتمي إليها أما حينما يختار المراهقون الذين ينتمون إلى شلة معينة كلمة ما ليعطوها معنى خاصاً فأنهم في هذه الحالة يتعلمون من الخبرة الشخصية ولكن كلا الشكلين قابل للإنتقال طالما أن الرموز مسائل يمكن للإنسان أن يتعلمها وفي هذا المجال يتميز الإنسان تميزاً واضحاً عن غيره من الأنواع[٣].

ومن المؤكد أن اللغة صورة الإتصال، فهي التي تميز الإنسان عن الجيوان ولها مفاهيم متعددة حيث أنها الوسيلة الأكثر أهمية لإتصال الإنسان وهي تميل إلى الرمزية فمع تعريفات اللغة يمكننا أن نصل إلى أن وظيفتها الأساسية هي توصيل المعلومة السائدة وصيغة للسلوك الإنساني، ففي اللغة هناك ما يسمى «بالإشارات والرموز» الذي يجب علينا التفريق بينهما والتمييز فكل منهما يستخدم بوضوح حيث يكون الفرق بينهما واضح ولديهم دلالة عند كل من المتصلين والمتلقين[٤].

فعالم الرموز هو دائما عالم للإنسان وهو ليس عالماً وهمياً بل إن الإنسان يستخدم الرموز كوسيلة للإستمرار في هذا العالم فهي جزء لا يتجزأ من تعاملاته المتبادلة مع أقرانه وبيئته ومن ثم فإنها لا تكتسب واقعيتها أو معناها إلا من خلال هذه التعاملات[٥].

هذا وتتميز الرموز بخصائص معينة لها مغزاها العميق بالنسبة للاتصال وهي أولاً أن الرموز تنتج بواسطة كائنات بشرية إذ ليس ثمة دليل مقنع على أن الكائنات غير البشرية تنتج الرموز وتستخدمها ، وثانياً أنها تتميز بالمغزى الاتصالي بقدر ما يكون هناك اتفاق مسبق من القائمين بعملية الاتصال وبين المتصل بهم على معانيها، ولذلك لا تكون للرموز أهمية في الاتصال، وثالثاً أنها تنتج بقصد تركيب أو بناء مواقف معينة يتميز أطرافها بأن لها مصلحة مشتركة وأنها تتصور وجود المصلحة[٦].

وهكذا نرى أن الإنسان هو الذي يعطي الرموز معناها من خلال استجابته لها، هذه الاستجابة التي تتحدد في اطار بيئة ثقافية واجتماعية مشتركة، تحقق نوع من المشاركة في المعنى وإعطاء الرموز مدلولاتها المعنية بها، من خلال الفهم المشترك لعناصر البيئة الثقافية التي تشكل الإطار المرجعي لعملية الترميز هذه، وتضفي عليه درجة عالية من الفهم والتوقع لمعنى الرمز الذي يستقبله أو يرسله.

وعلى ذلك فإن عملية الاتصال الجيد يتطلب وجود أرضية اجتماعية وثقافية مشتركة بين أطراف العملية الاتصالية، يعطي للرمز معناه وجميع الخبرات الإنسانية على اختلافها تخضع لعملية الترميز سواء كانت في صورة أفكار أو معلومات أو مهارات أو اتجاهات... إلخ.

هذا وقد تحدث عملية الترميز هذه بشكل تلقائي مباشر وقد تتطلب مهارة عالية ومتخصصة كي تتم ويتوقف ذلك على طبيعة العملية الاتصالية ذاتها من خلال عناصرها والهدف منها وأيضاً من حيث طبيعة الموقف الاتصالى المحيط بها بشكل عام.

ونسطيع التعبير عن النسق الرمزي باتجاهين:

الاتجاه الأول: التعبير اللفظي.

الاتجاه الثاني: التعبير غير اللفظي.

وهناك علاقة بين الرسالة الغير لفظية والرسالة اللفظية فقد تكون شارحة لها أو ـــ لها وكذلك قد تكون مدعمة لها أو معوقة لها.

فالرسالة هنا جزء منها لفظي يؤيد تلك الرسالة أو ينفيها والتواصل بين اللفظ يعتمد على الجانب السلوكي والحركي والتعبيري لدى الأفراد.

١ـ الاتجاه الأول: التعبير اللفظي:

التعبير اللفظي ويتم من خلال استخدام الرموز اللفظية ويطلق عليها اللغة سواء كانت مكتوبة أو مسموعة أو منطوقة ويشمل كل أنواع الاتصال التي يستخدم فيها اللفظ كوسيلة لنقل المعاني إلا أن اللفظ ذاته يدخل فيه أيضاً التنوع والاختلاف، مثل درجة وشدة وحدة الصوت أو النغمة وبنط الكتابة أو وضوح الصورة بالإضافة إلى وضوح المعنى أيضاً فهناك مثلاً المعنى المتضمن للكلمة والمعنى المشار فيه فالأمر يتوقف فهمه على قدرة الإنسان على فهم دلالات الرموز ومعناه كما يقصده المرسل.

والتعبير اللفظي هنا ضرورة لكل مجتمع إنساني، فمن خلال اللغة اللفظية يتم صناعة الفكر من خلال البحث والتخطيط والتنفيذ الذي بدونه يصعب تطور الثقافة الإنسانية، وعن طريق اللغة أمكن تسجيل الجزء الأعظم من التراث الإنساني ونقل الخبرات إلى الحاضر حيث عمر الإنسان الثقافي هو عمر البشرية ومن خلال قدرة الإنسان على نقل ثقافته عبر الزمان والمكان عن طريق إستخدام النسق اللغوي بإعتبار أن إستخدام الألفاظ والكلمات تعد وسيلة هامة لنقل المعرفة والمعلومات وتحويلها إلى خبرات مشتركة لها دلالاتها ومعانيها(٧).

٢- الاتجاه الثاني: التعبير غير اللفظي

تعتبر دراسة التعبير غير اللفظي حديثة نسبياً، حيث ظل الناس يعتقدون لفترة طويلة أن الاتصال لا يمكن أن يحدث بغير استخدام للكلمات، وربما يرجع ذلك إلى أن معظم الثقافات تعلق أهمية كبرى وتأكيداً عظيماً على تأثير «الكلام» وفعاليته، وبرغم وجود بعض الأقوال المأثورة كذلك القول الذي يشير إلى أن «السكوت من ذهب» وأن «صورة واحدة خير من ألف كلمة» إلا أن الناس غالباً ما يقدرون قيمة «الكلام» ويعتبرون «الصمت» مؤشر ضعف في كثير من المواقف الاجتماعية، وليس أدل على ذلك من أن الأعضاء الصامتين في الجماعة ينظر إليهم عادة باعتبارهم أقل الأعضاء فعالية وتأثيراً فيها.

ولكن هذا الاتجاه الشائع نحو الصمت أو نحو غياب الصوت الكلامي هو في حقيقته إغفال بل وسوء فهم لطبيعة الاتصال ذاته فالإنسان لا يستطيع إلا أن يتصل، وهو لا يجد للاتصال بديلاً، إن نماذج الصمت ومختلف مظاهر الاتصال غير اللفظي الأخرى، هي في حقيقة أمرها تعبيرات منظمة تشير إلى مجموعة معاني يستخدمها الإنسان أو يقصدها في احتكاكاته بالآخرين.

ولذلك فإن الاتصال الفعال بين الأشخاص يعتمد إلى حد بعيد على الصمت، لأن الناس لا يتحدثون بصفة غير منقطعة، بل يتخلل حديثهم «وقفات» يفكرون خلالها فيما سوف يقولون كما يقومون فيها بصياغة عباراتهم واختيار ألفاظهم، وفضلاً عن ذلك فهم يصمتون عندما ينصتون إلى حديث الآخرين.

وللصمت نماذج كثيرة جداً، لكل منها معناه ومضمونه ونتائجه بالنسبة لعملية الاتصال ذاتها. ومن بين هذه النماذج ـ على سبيل المثال لا الحصر ـ نذكر:

١. صمت الإنسان عندما يكون غاضباً أو مصاباً بحالة من الإحباط، ولا يريد أن يعبر بكلمة واحدة عن حالته هذه.
٢. الصمت أثناء الاستماع إلى حديث أو نشرة أنباء أو محاضرة أو رواية.
٣. صمت الملل، الذي يعبر عن الانسحاب من موقف، أو تقييم سلبي لما يجري، وعادة ما ينطوي على نزعة على التعالي الموجه إلى الطرف الآخر.
٤. الصمت الذي يحدث عندما لا يستطيع الشخص أن يفكر في شيئ يقوله.
٥. صمت الشخص الذي يفكر في نقطة أثارها متحدث معين وهو يختلف عنه فيها.
٦. الصمت عندما لا يفهم الشخص ما قاله المتحدث، إلى درجة أنه لا يستطيع أن يوجه سؤالاً استفسارياً.
٧. قد يكون الصمت علامة وقار وتبجيل أو تأمل.
٨. الصمت الذي يعقب توجيه عبارة بطريقة دوجماطيقية قاطعة، وكأن صاحبها يقول: هذا كل ما يمكن أن يقال ولا شيئ أكثر من ذلك.
٩. صمت الأصدقاء أو المحبين عندما يلتقون ولا يحتاجون إلى أن يقولوا شيئاً لكي يعبر عن مشاعرهم وعواطفهم ويكتفون بالابتسامة أو التسليم باليد، وهذا النموذج من نماذج الصمت يعكس أعمق مستوى للعلاقات الإنسانية لأن الأشخاص الذين يعرف كل منهم الأخر معرفة جيدة لا يحتاجون إلى الكلام من أجل أن يكون اتصالهم وثيقاً، بل يكتفون بلمحة أو نظرة أو ابتسامة مفهومة.
١٠. صمت البلية، وهو صمت مهيب قد يلجأ إليه الإنسان في حالة إحساسه بالأسى أو بالحزن العظيم، أو قد يضطر إلى اللجوء إليه عند مشاطرته لأحزان إنسان آخر.

١١. صمت التحدي، وهو الذي يحدث مثلاً عندما يعاقب الطفل ولا يعبر عن ألمه، أو يسأل سؤالاً ولا يجيب عليه أحياناً.

والواقع أن ردود الفعل تجاه كل نموذج من هذه النماذج ينبغي أن تكون مختلفة، لأن كل نموذج منها يعبر عن شيء مختلف تماماً عما يعبر عنه الآخر[٨].

بعض نماذج الاتصال غير اللفظي الأخرى:

١- **نظائر اللغة،** ليست الكلمة المنطوقة كلمة محايدة، بل إنها تتأثر بنبرة الصوت أو نغمته وبالتوكيد، وبالتغيير في مقامات الأصوات، والوقفات التي تتخلل إلقاء عبارة معينة، ودرجة الخشونة أو عبارة معينة، ودرجة الخشونة أو الليونة، وغيرها من العوامل غير اللفظية التي يطلق عليها «نظائر اللغة *Paralanguage*» فكلمة «نعم» وهي كلمة بسيطة، يمكن أن تعبر - في صورتها المنطوقة - عن العديد من المشاعر: كالغضب، أو الخوف، أو الإحباط، أو التمني، أو الموافقة، أو اللامبالاة، أو التحدي، وذلك حسب الطريقة التي تنطق بها أو أسلوب التعبير الصوتي الذي تتخذه ونحن لا نأخذ الكلام في حياتنا اليومية بألفاظ فقط وإنما بخصائصه الأخرى غير اللغوية التي تسمى «نظائر اللغة» حتى نستطيع أن ندرك معاني ما يقوله الآخرون لنا. وفي هذه الحالة لا نركز اهتمامنا على «ما» يقوله الآخرون فقط، بل نهتم أكثر «بكيفية» قولهم له.

٢- **الإشارات،** ربما تعتبر «الإشارات *Gestures*» أول وسيلة من الوسائل التي طورها الإنسان في اتصاله بالآخرين، وتنطوي كل ثقافة من الثقافات المختلفة على نسق من الإشارات ذات المعنى والدلالة، والتي إما أن تصاحب لغة الكلام أو تؤدي بمفردها من أجل أن تغطي معنى معيناً أو

ترسل رسالة خاصة، وأما المعنى الذي يكمن وراء الإشارات فهو مسألة ثقافية خالصة وبالتالي يعتبر نسبياً إلى درجة كبيرة، ومثال ذلك أن إيماءة الرأس تشير في بعض الثقافات إلى معنى الموافقة والتأييد، بينما تعني الرفض في ثقافات أخرى، وعادة ما يلجأ الأشخاص إلى عدد كبير من إشارات اليد أثناء حديثهم، ومن أكثر الثقافات اعتماداً على التعبير اليدوي أثناء الكلام: الثقافة الفرنسية، والإسبانية، والإيطالية، وثقافات البحر المتوسط بوجه عام.

٣- **تعبيرات الوجه وحركات الجسم**، نادراً ما يكون الشخص المتحدث غير معبر أو غير متحرك، بل أن الوجه يتحرك كثيراً أثناء الكلام، وكذلك جسم الإنسان، وهذه الحركات إنما تعبر تعبيراً بالغاً عن المشاعر، والانفعالات، والعواطف، وردود الفعل، سواء كانت حركات مقصودة أو غير مقصودة.

٤- **لغة الأشياء**، بعض الثقافات تعلق أهمية كبيرة على المظهر الفيزيقي للإنسان، وعلى جاذبية هذا المظهر، تلك الجاذبية التي قد يختلف تعريفها من عصر إلى آخر ومن أسلوب متحدث إلى أسلوب آخر. وفي هذا الصدد يشير أحد المهتمين بشؤون الاتصال غير اللفظي إلى العبارة التالية: «إنك تعبر عن هويتك الخاصة وتنقلها إلى الآخرين بواسطة ذاتك المرئية». وتقوم الملابس بوظائف هامة من وجهة نظر الاتصال، فهي تعبر عن الانفعالات والمشاعر فضلاً عن إنها تؤثر في سلوك من يرتديها وسلوك الآخرين نحوه، ومن ثم فهي تعتبر ذات قيمة اتصالية كبيرة، والمقصود بلغة الأشياء أي تلك المعاني التي يخلعها الإنسان على الأشياء التي يغلف بها ذاته، كالملابس، والحلي وطريقة تصفيف الشعر، أو التي يجمل بها منزله كالقطع الأثرية أو التصميمات الجمالية وما إلى ذلك.

٥- **الاتصال عن طريق اللمس**، يعتبر اللمس أداة اتصالية قوية تعبر عن العديد من المشاعر: كالخوف، والحب، والقلق، والدفئ، والبرودة، وتعلق معظم الثقافات اهتماماً كبيراً على اللمس كأداة اتصالية، فضلاً عن أهميته كعامل من عوامل نمو الحياة الإنسانية في مراحل الطفولة المبكرة.

وجدير بالذكر أن الاتصال بين الأشخاص لا يحدث في فراغ ولكنه يقع في سياق ثقافي معين، أي يتحدد طبقاً لمجموعة معايير وقواعد، وقد لا يعي الإنسان ذلك السياق الثقافي الذي يمارس فيه اتصالاته مع الآخرين ويؤثر في سلوكه الاتصالي لأنه اعتبر مسألة مألوفة ومعتادة بالنسبة له، لكنه قد يدرك هذا السياق عندما يحتك بثقافات أخرى تختلف عن ثقافته، ومن العوامل التي تؤثر في الاتصال بين الأشخاص: الوقت، والمكان. حيث يمثل الوقت شكلاً من أشكال الاتصال، ونقصد بذلك أنه يعامل ـ في كثير من الثقافات ـ باعتباره شيئاً، فالإنسان يكسب وقته، ويخسر وقته، ويمنح وقته للآخرين، ويأخذ وقته والوقت سلعة نادرة في بعض الثقافات والمحافظة عليه تعتبر موضع احترام شديد في معظمها، بل أن هناك صلة وثيقة بين الوقت ونماذج السلوك المختلفة، حيث يتحاشى الناس الإتيان بنماذج سلوكية معينة في أوقات معينة بينما يمارسونها في أوقات أخرى.

كذلك يؤثر «المكان» أو «الحيز» في الاتصال بين الأشخاص بطرق مختلفة، ولقد أكدت الدراسات التي أجريت على العلاقات المكانية أن إدراك الإنسان للمكان أو الحيز هو وظيفة لظروف وعوامل ثقافية واجتماعية أكثر منها بيولوجية. والإنسان يحب أن يمتلك المكان بل ويعتبره امتداداً له، فتلك حجرة المدير، وهذا مكتب الرئيس، فضلاً عن أن المكان يعتبر رمزاً اجتماعياً للتفوق أو السلطة أو الهيبة ...إلخ. وعندما يلعب فريق كرة القدم «على أرضه» فإنه يمارس سلوكه في مكانه الذي يملكه، وليس ثمة شك في أنه يستشعر الأمن

والثقة أكثر مما يقوم باللعب على أرض فريق آخر، كما يلجأ الناس في كثير من الأحيان إلى «منطقة محايدة» عندما يقومون بعملية صلح بين طرفين متخاصمين أو إبرام اتفاقية أو حل مشكلة معينة، وذلك لما للمكان من تأثير تجاه القائمين على حيازته أو شاغليه، فضلاً على تأثيره على الغرباء أيضاً.

إن من أهم خصائص الاتصال غير اللفظي أنه أمر لا يمكن تحاشيه او الهروب منه، فعندما لا يقول المرء شيئاً ويظل صامتاً فإنه في الحقيقة لم ينقطع عن الاتصال، بل يعكس نموذجاً من نماذجه، وإذا استطاع أن يكف عن الكلام فإنه لا يستطيع أن يكف عن الحركة وعن التعبير عن ذاته بوسائل أخرى: كحركات الجسم واليدين وتعبيرات الوجه. ولهذا يمكن الإشارة إلى أهم مزايا الاتصال غير اللفظي في التعبيرات التالية: أولاً، أنه يعبر عن معلومات «وجدانية» في مقابل تعبير الاتصال اللفظي عن معلومات تتصل «بالمضمون». وتكون نماذج الاتصال غير اللفظي قادرة على إيصال الحب، والبغضاء، والكره، والاهتمام، والثقة، والرغبة، والدهشة والموافقة... وكذلك التعبير عن فئة عريضة من الوجدانات الإنسانية التي لا يعبر عنها بطريقة لفظية. وثانياً، أن الاتصال غير اللفظي ينطوي أيضاً على معلومات متصلة بمضمون الرسالة اللفظية، فهو يمدنا بأدوات لتفسير الكلمات التي نسمعها، وينطبق ذلك على نبرة الصوت مثلاً، والتوكيد...إلخ. فضلاً على أنه يوفر المعلومات التي تفيد في فهم طبيعة العلاقة بين الأطراف المشتركة في عملية الاتصال وثالثاً، أن الرسائل غير اللفظية تتميز بصدقها، ويحتاج الإنسان عادة إلى نماذج كثيرة للسلوك غير اللفظي التي يصدرها الآخرون حتى يثق فيهم[٩].

المراجع المستخدمة

١- محمود عوده، السيد محمد خيري، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، مرجع سابق، ص: ٨٠.

٢- محمد عاطف غيث، غريب سيد أحمد، محمد أحمد بيومي، تاريخ التفكير الاجتماعي، مرجع سابق، ص: ٣٤٢.

٣- السيد عبد الحليم الزيات، التحديث السياسي في المجتمع المصري، مرجع سابق، ص: ٩.

4- *Alen Hancoke, Communication, Op Cit, P.2.*

٥- دليل تدريب حول الاتصال الدولي، برنامج دعم أنشطة التنمية المحلية، ١٩٨٧، ص: ٩.

٦- سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، مرجع سابق، ص: ٦٤.

٧- هالة منصور، الاتصال الفعال، الأسكندرية، المكتبة الجامعية، ٢٠٠٠، ص٣٩: .

٨- سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، مرجع سابق، ص: ٧٦.

٩- على عبد الرازق، السيد عبد العاطي، سامية محمد جابر، علم الاجتماع، مرجع سابق، ص: ١٥٧ — ١٦٠.

الفصل الثالث

مهارات الاتصال

أولاً : معنى المهارة

ثانياً: أهمية المهارات في ممارسة مهنة الخدمة الإجتماعية.

ثالثاً: تصنيف مهارات الممارسة المهنية في الخدمة الاجتماعية.

رابعاً: مؤشرات لبعض مهارات الاتصال.

أولاً: معنى المهارة:

يعتبر الأساس المهاري أحد محاور الإعداد المهني للأخصائي الاجتماعي كما يحظى موضوع مهارات الممارسة المهنية باهتمام المشتغلين بالخدمة الاجتماعية باعتبارها مهنة تطبيقية يتحدد دورها في التأثير في الآخرين والتفاعل معهم، لذا فهي تحتاج لممارس قادر على التأثير الإيجابي في الإنسان الذي يتعامل معه وليس لشخص أكاديمي نظري.

إذا كانت الطريقة تعني وسيلة عمل شيئ فالمهارة تعني القدرة على عمل هذا الشيئ[1] وهي درجة الكفاءة والجودة في الأداء ، ومنها بأنها القدرة على استخدام المعلومات بفاعلية والتنفيذ والأداء بسهولة ويسر.

والمعاني السابقة تستخدم في مختلف المجالات المهنية وغير المهنية وأن الاختلاف بين المهنيين وغيرهم يعتمد على ما يسمى بالبناء النظري *A Body Theory* ولهذا فالمهارة عند المهنيين تعتمد على البناء النظري الذي يدور حول المطالب التعليمية والتدريب المطلوب.

ويمكن تعريفها بأنها نشاط هادف يتطلب تدريباً وممارسة منظمة يكسب الأخصائي الاجتماعي قدرة على الاختيار الواعي وتوظيف المعارف والنظريات والخبرات والمبادئ المهنية لتنمية أدائه في مجالات الممارسة المهنية لتحقيق عملية المساعدة للأنساق التي يتعامل معها في المواقف الصعبة بسهولة ويسر مع الاقتصاد في الوقت والجهد.

ومن التعريف السابق يتضح لنا ما يلي:

١- أن المهارة هي نشاط معقد يدور حول متطلبات التعليم والتدريب وتنتج عن عمليات ثلاث داخلية هي:

أ — الاختيار الواعي للمعلومات والهدف المهني.

ب- تفاعل المعلومات المختارة مع القيم المهنية.

ج- التعبير عن هذا التفاعل بالنشاط المهني المناسب للموقف.

٢- أن تعليم واكتساب المهارة يحتاج إلى تدريب مستمر وممارسة منظمة وخبرة محكمة لتنمية وإثراء منهجية الأداء من خلال عدة أساليب، كالمحاضرة، التمرينات العملية، الورش الدراسية، تمثيل الأدوار، المناقشات، دراسة الحالات، طريقة المشروع وغيرها من وسائل التدريب على إكساب مهارات الممارسة المهنية في الخدمة الاجتماعية.

٣- يكتسب الأخصائي الاجتماعي من خلال عمليات التدريب القدرة أي إمكانية القيام بالأنشطة المهنية دون عائق في ظل الظروف القائمة والبراعة في الاختيار الواعي للمعلومات وتوظيف المعارف والخبرات والمبادئ المهنية لتنمية أدائه المهني خاصة وأن مهارات الممارسة المهنية في الخدمة الاجتماعية ضرورية لممارسة المهنة في كافة المواقف التي يعمل فيها الأخصائي الاجتماعي ولابد أن يحقق النمو المهني من خلال ممارستها عن طريق التدريب والطلاع والممارسة المستمرة حتى يمكن تحقيق أهداف الممارسة المهنية لمهنة الخدمة الاجتماعية.

٤- ترتبط ممارسة المهارات المهنية بكل مجالات الممارسة المهنية للخدمة الاجتماعية مع الوضع في الاعتبار أن هناك مهارات عامة لابد أن يكتسبها الأخصائي الاجتماعي كما أن هناك مهارات أكثر تخصصاً قد ترتبط بممارسة إحدى طرق مهنة الخدمة الاجتماعية أو الممارسة في أحد مجالاتها.

٥- تستهدف ممارسة تلك المهارات من جانب الأخصائي الاجتماعي تحقيق الحاجات الإنسانية النفسية والاجتماعية كما أنها ترتبط بمواجهة

مشكلات الأنساق التي يتعامل معها الأخصائي (الفرد، الأسرة، الجماعة، المنظمة، المجتمع المحلي، المجتمع القومي) كما ترتبط بتحقيق أهداف محددة خاصة بالمهنة ذاتها أي تحقيق عملية المساعدة للفئات التي يتعامل معها.

٦- يسهم استخدام الأخصائي الاجتماعي في تحقيق عملية المساعدة بالسرعة التي تحقق الأهداف المهنية خاصة في مواقف الأزمات إلى جانب الدقة في الربط بين الاحتياجات والموارد مع الاقتصاد في جهد الممارس مما يؤدي إلى توجيه هذا الجهد المهني لساعدة عملاء آخرين.

ويتميز الأداء المهاري بما يلي:

١- نقص التنبؤ الذي يصاحب المحاولات الأولى للأداء.

٢- الاستغناء عن الأفعال والاستجابات الزائدة عن الحاجة.

٣- زيادة المرونة في الأداء.

٤- زيادة الثقة في النفس.

٥- زيادة الرغبة في تحسين الجهد ونمو اتجاه الرضا عن العمل والإقبال عليه.

٦- زيادة فهم العمل وإدراك العلاقات بين أجزائه مما يساعد على إدراك الأسباب الحقيقية لتحسين الأداء.

٧- الانتظام في الأداء والاحتفاظ بمعدل أداء على درجة كبيرة من الارتفاع[٢].

ثانياً: أهمية المهارات في ممارسة مهنة الخدمة الاجتماعية:

١) توفر المهارات الوقت والجهد للأخصائي الاجتماعي لأنها توضح إدراك الأخصائي للمبادئ والأسس المهنية والقدرة على تطبيقها في المواقف المناسبة لها.

٢) توجه المهارات الممارسين في الخدمة الاجتماعية نحو المسارات الصحيحة لتحقيق الأهداف الاجتماعية بشكل واضح ومحدد وفقاً لما هو مخطط له من أساليب التدخل المهني لإشباع حاجات العملاء ومواجهة مشكلاتهم.

٣) توضح المهارات القدرات الأساسية التي يتميز بها الأخصائي الاجتماعي بصورة تطبيقية من خلال مواقف استخدام تلك المهارات بفاعلية واضحة حيث تساعد المهارة على تنمية قدرة الممارس على الأداء وتطبيق المعرفة في المواقف المهنية المختلفة.

٤) المهارات المهنية تميز الخدمة الاجتماعية وتوضح هويتها المهنية والإنسانية من خلال ممارستها مع الوحدات المختلفة تبعاً لمواقف التعامل معها.

٥) توفر المهارات المهنية المؤشرات المناسبة التي يمكن أن تكون أساساً لتقويم ممارسة الخدمة الاجتماعية بالمنظمات كما تتيح المهارات الفرصة لوضع البرامج التدريبية اللازمة للأخصائيين الاجتماعيين والتي تتطلب إكسابهم مهارات أخرى أو أساليب مناسبة لتطبيق تلك المهارات.

٦) المهارات المهنية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بنوع وحدات العمل وطبيعة عملية المساعدة مما يسهم في اختيار المهارة المناسبة في الموقف المناسب من خلال زيادة القدرة على إدراك وفهم العوامل المتداخلة التي تؤثر في تلك المواقف على أساس علمي ومهني سليم.

٧) المهارات المهنية في الخدمة الاجتماعية تؤكد أهمية المبادئ والأسس المهنية التي يستخدمها الأخصائي الاجتماعي خلال تعامله في المواقف المختلفة لأنها ترتبط بالجوانب التطبيقية بشكل واضح كما أنها ضرورة أساسية لمساعدة الأخصائي على تحديد موضوع عملية المساعدة أو المشكلة التي يجب التدخل فيها بالأساليب المهنية المناسبة.

٨) المهارات المهنية تحدد الجوانب الإجرائية التي يجب أن يرتبط بها الأخصائي الاجتماعي في تعامله مع المشكلات أو المواقف التي يتدخل فيها وبالتالي فهي تمثل ركيزة هامة في نجاح برامج التدخل المهني التي يؤديها الأخصائي الاجتماعي مع الوحدات الاجتماعية التي يتعامل معها والخطوات الفعلية التي تحقق أهداف عملية المساعدة بصورة أفضل.

٩) تؤكد المهارات النمو المهني للأخصائي الاجتماعي وارتباطه الوثيق بالمواقف المهنية التي تتطلب التدخل المهني من خلال ممارسة طرق الخدمة الاجتماعية وتنمية معلومات الأخصائي الاجتماعي لمسايرة التقنيات والأساليب الحديثة في مجال تنظير وممارسة الخدمة الاجتماعية.

١٠) يساعد اكتساب مهارات الممارسة المهنية في تكوين الشخصية المهنية للأخصائي الاجتماعي واستكمال المواصفات الوظيفية وارتفاع مستوى ومكانة المهنة في المجتمع حيث أنه كلما كان الأخصائيون الاجتماعيون على قدر عال من المهارة في الأداء كلما زادت فعالية ما يؤدونه من أدوار وبالتالي ارتفعت مكانة المهنة في المجتمع.

ثالثاً: تصنيف مهارات الممارسة المهنية في الخدمة الاجتماعية

ولقد تباينت اهتمامات المتخصصين في الخدمة الاجتماعية حول تصنيف مهارات الممارسة المهنية فهناك من اهتم بتحديد تلك المهارات في ارتباطها بطرق الخدمة الاجتماعية ومنهم من ربطها بمجالات الممارسة الميدانية بينما صنفها البعض على أساس خطوات عملية المساعدة أو المهارات العامة للممارسة.

ويمكن تحديد تلك التصنيفات وما تتضمنه من أنواع فيما يلي:

التصنيف الأول: تبعاً للمراحل أو عمليات الممارسة: وتنقسم إلى:

١. مهارات الدراسة وتحديد المشكلة.

٢. مهارات التقدير.

٣. مهارات التدخل المهني وتنفيذ خطة المساعدة.

٤. مهارة التحليل وإنهاء العمل المهني التقييم.

التصنيف الثاني: تبعاً لوحدات أو أنساق التعامل: وتنقسم إلى:

١. مهارة خاصة بالعمل مع الأفراد.

٢. مهارة خاصة بالعمل مع الأسر.

٣. مهارة خاصة بالعمل مع الجماعة.

٤. مهارة خاصة بالعمل مع المنظمة.

٥. مهارة خاصة بالعمل مع المجتمع المحلي.

التصنيف الثالث: طبقاً لأهمية أهداف تطبيق المهارة: وتنقسم إلى:

١. مهارات البداية وتكوين العلاقات المهنية.

٢. مهارات التفاعل والاتصال.

٣. مهارات التدخل والممارسة.

٤. مهارات استخدام الموارد والإمكانات.

التصنيف الرابع: تصنيف الجمعية القومية للأخصائيين الاجتماعيين بالولايات المتحدة الأمريكية.حددت المهارات الأساسية لمارسة الخدمة الاجتماعية في المهارات التالية:

١. المهارة في الإستماع للآخرين بفهم وهدف.

٢. المهارة في انتقاء المعلومات وتجميع الحقائق وثيقة الصلة بالموضوع أو المشكلة.

٣. المهارة في تكوين علاقات المساعدة المهنية والحفاظ عليها، وفي استخدام الأخصائي لقدراته الشخصية.

٤. المهارة في الملاحظة وتفسير السلوك اللفظي وغير اللفظي، وفي استخدام المعرفة بنظريات الشخصية والتفاعل الاجتماعي.

٥. المهارة في ربط العملاء بالجهود اللازمة لحل مشكلاتهم وكسب ثقتهم في أنفسهم.

٦. المهارة في مناقشة الموضوعات الإنفعالية بأسلوب تدعيمي.

٧. المهارة في إيجاد الحلول المبكرة لمواجهة حاجيات العملاء.

٨. المهارة في الوساطة والتفاوض بين الأطراف المتنازعة.

٩. المهارة في إقامة العلاقات التنظيمية والمهنية المتبادلة.

١٠. المهارة في توصيل الحاجات الاجتماعية للأفراد وللمنظمات الحكومية.

التصنيف الخامس: طبقاً لما يقوم به الأخصائيون من أعمال مهنية: وتنقسم إلى:

١. المهارة في تحديد المشكلة.

٢. المهارة في المقابلة.

٣. المهارة في الاتصال.

٤. المهارة في تكوين العلاقات المهنية.

٥. المهارة في التحليل والتشخيص.

٦. المهارة في تحقيق العملية العلاجية.

٧. المهارة في تصميم وقياس النتائج.

٨. المهارة في التسجيل.

وأياً ما كانت الأسس التي بنيت عليها التصنيفات السابقة فإنه يمكن القول بأن الأخصائي الاجتماعي يحتاج لتلك المهارات لأنها لازمة لكل مراحل عمله وتدخله لتحقيق عملية المساعدة على أساس من الممارسة العامة في مجالات الممارسة المهنية.

ويتم اكتساب تلك المهارات سواء كانت عامة أو خاصة بإحدى الطرق المهنية أثناء الإعداد المهني لطالب الخدمة الاجتماعية في سنوات الدراسة منذ بداية دخوله الكلية من خلال برنامج الزيارات بالفرقة الأولى أو التدريب على مهارات الممارسة المهنية في الفرقة الثانية أو تدريبه في مجالات الممارسة الميدانية في الفرقتين الثالثة والرابعة[٣].

ونهتم نحن دائماً بمعالجة مشكلات ومعوقات الإتصال كتعبير عن المؤثرات التي تحد من فعاليته، أو تؤخر وتعطل تدفق وانسياب المعلومات أو تشوه المعنى الوارد فيها، وذلك عن طريق النقص أو الزيادة أو التحريف، سواء كان ذلك مقصوداً أو غير مقصود، فلا تخلو عملية الاتصال على اختلافها

من تلك المشكلات والمعوقات، التي تتفاوت أيضاً فيما بينها، من حيث الأسباب والنتائج المرتبطة بها.

وفي كل الحالات ينبغي التغلب النسبي على تلك المشكلات والمعوقات، للحد من تأثيرها بقصد رفع كفاءة الاتصال، وتفعيل دوره لصالح عملية التفاعل الاجتماعي بشكل عام، وذلك لن يتأتى إلا من خلال اكتساب بعض المهارات الاتصالية الأساسية، التي تعمل على تدعيم عمليات الاتصال المختلفة، وتفعيل دورها في الحياة الاجتماعية.

وحديثنا هنا لا ينطوي على مثاليات، وإنما يحوي بعض المؤشرات لتحسين مهارات الاتصال، كي يصبح فعالاً ومحققاً للهدف المرجو منه، مهما اختلف هذا الهدف وتنوعت الظروف والملابسات المرتبطة به.

رابعاً: مؤشرات لبعض مهارات الاتصال

مهارة الإنصات:

إن الإنصات كما يرى البعض هو الاتصال ذاته ويمكن أن يقال أيضاً أن الكلام والإنصات وجهان لعملة واحدة هي عملية الاتصال وهذا يؤكد أن الإنصات مهارة لا تتاح لكثير، غير أن مهارة الإنصات ميسورة الحيازة لمن يرغب في التعود عليها لاسيما وأن الذي ينصت أكثر يستفيد أكثر، فالإنصات يؤدي إلى زيادة اليقظة وشدة التفاعل وازدهار جذوة الحماس وتوقد الذهن وسلامة التفكير .. وهذا يجعل المستقبل يبتعد عن المعارضة ويكف عن التساؤلات التي لا مبرر لها ويعمل على تمحيض آرائه وقبول الحجج والبراهين منها[٤].

ويمر الإنصات بعدة مراحل أساسية هي:

- الإستماع.
- التفسير.
- الإستيعاب.
- التذكر.
- الإستجابة.

ومن شروط عملية الإنصات:

الشرط الأول:

ويتمثل في إثارة رغبة المتحدث في الإسترسال والاستمرار في طرح الفكرة، وإشعاره بأهمية ما يقوله، والرغبة في الإستماع إليه، ويتم ذلك من خلال متابعته بإهتمام ومحاولة فهمه بدلاً من معارضته، مع تقدير مشاعره وأفكاره من خلال إعطاؤه استجابة بهذا المعنى من خلال التشجيع اللفظي أو غير اللفظي.

الشرط الثاني:

فهم وتفسير وتحليل وتقييم آراء وأفكار وتعبيرات المرسل كما هي، دون تكوين اتجاه عكسي، أو حكم مسبق عليها، حيث أن إبداء الأحكام من جانب المستقبل يجعل المرسل دفاعياً وحذراً، وبالتالي تقل فرص الوضوح والصراحة في طرح الموضوع(٥).

مهارة التحدث والإقناع

إن الانطباع الأول يتكون لدى الآخرين من طريقة حديثك، وفي ذلك يقول شكسبير «أصلح كلامك قليلاً وإلا فسد حظك»، ولكن كيف لفرد أن ينفذ إلى عقول الاخرين، ويبقى طويلاً بها يعيد تنظيم الامور داخلها، ويرتب وينسق المعارف، ليشكل الاتجاهات، وهذا ما نطلق عليه التأثير في الآخرين، والذي يبدأ من خلال الحديث المؤثر، القادر على الإقناع والتأثير.

ونعني بمهارة التحدث والاقناع، مدى قدرة الشخص على أكتساب المواقف الإيجابية عند إتصاله بالآخرين، ويتكون موقف الحديث ـ دائمًا ـ من المتحدث الذي يحاول نقل فكرة معينة، أو طرح رأيًا معينًا أو يشرح موضوعًا...إلخ، والمتحدث إليه، وهو الطرف المعني بالحديث، والمستمع له، ثم الظروف المحيطة، وهي الظروف المحيطة بموقف الحديث، سواء كانت هذه الظروف مادية أو معنوية، فهذه الظروف دائمًا ما يكون لها تأثيرًا وفاعليه على الحديث ذاته.

وهنالك أربعة عناصر أساسية تمثل ضرورات الحديث المؤثر، وهي ضرورة نظرًا لأن وجودها وتضافرها أمرًا ضروريًا لضمان قوة تأثير الحديث، ولإكسابة أهمية لدى مستمعيه، وهذه العناصر الاربعة هي:

١. المعرفة.

٢. الإخلاص.

٣. الحماس.

٤. الممارسة.

١. المعرفة:

وتعني ضرورة معرفة موضوعك قبل أن تتحدث فيه، بمعنى أن تجمع معلومات وافية وواضحة حوله، قبل أن تشرع في عملية الحديث، حيث أن ذلك يولد غزارة في الأفكار، وتنوعها فيها، مع أستخدام عنصر الإبتكار والتشويق، وإذا لم تكن لديك المعرفة الكافية بالموضوع المراد الحديث فيه فلا تحاول أن تلقي حديثًا عنه.

٢. الإخلاص:

لا يكفي أن تكون على معرفة بموضوعك كي يكون حديثك مؤثرًا، بل ينبغي أن تكون مؤمنًا به، حيث أن ذلك يولد لدى المستمع نوعًا من الإستجابة الإيجابية، فالحماس يخلق الحماس، والفتور يولد الفتور، ومن ثم الإقبال أو الإنصراف عن الاستماع الفعال (الإنصات).

٣. الحماس:

لا يكفي أن تعرف كل شيء عن موضوعك، وأن تؤمن به أيضًا، ولكن ينبغي إلى جانب ذلك أن تكون تواقًا للحديث عنه، حيث ينقل هذا الاهتمام وهذا الحماس إنطباع لدى المستمع بأهمية الرسالة، ويمكننا أن نستشعر ذلك الحماس من خلال معرفة او ملاحظة كيفية تفاعل المتحدث وتعامله مع ردود أفعال المستمعين له، والتي تبدو واضحة في سرعة إستجابته ومقدرته على

إستثارة حماسهم وخلق الإهتمام لديهم، وبعد أن تضيف الحماس إلى معرفتك وإخلاصك يمكنك أن تضعهم جميعًا موضع التنفيذ من خلال الضرورة الرابعة وهي ضرورة الممارسة.

٤. الممارسة:

لا يختلف الحديث المؤثر عن أي مهارة أخرى يجب أن تصقل من خلال الممارسة، فإذا أردت أن تتفوق في شيء ما فعليك أن تتدرب عليه، وعلى ذلك، إذا اردت أن تكون متحدثًا مؤثرًا، فإن عليك أن تتحدث أمام الآخرين، فتحطم بذلك حاجز الرهبة والخوف، ويكسبك ذلك مزيدًا من الثقة، والتي تعكس في درجة تأثيرك في الآخرين (المستمعين إليه).

مهارة فن التعامل مع الآخرين

وتبرز مهارة الإنسان وقدرته في فن التعامل مع الآخرين، حيث يعيش الإنسان في حياة اجتماعية معقدة ومتشعبة إلى حد كبير، تمثل في مجموعها عملية تفاعل ديناميكي ذات أبعاد متعددة ومتباينة تتصف بالمرونة والغنى، والإنسان في إطار الجماعة التي ينتمي إليها أي كانت طبيعة هذه الجماعة ومحورية هذا الإنتماء يكون دائمًا مجبر على التعامل مع من حوله من البشر.

وتعتمد قدرة الفرد على إكتساب مهارة فن التعامل مع الآخرين على قدرته في إدارة الموقف الاجتماعي بشكل عام.

فكلانا يتعامل مع الآخرين من خلال موقف اجتماعي يحوينا نحن والآخرين وظروف وعوامل أخرى تشكل الموقف، وبالتالي فمحصلة أي موقف دائمًا ما تكون نتيجة لتفاعل عناصره، وبالتالي تكمن قدرة الإنسان هنا في إدارة الموقف بكل أبعاده... من خلال:

- القدرة على إدارة النفس.
- القدرة على إدارة الآخرين.
- القدرة على إدارة الوقت والظروف والإمكانات.

ويعني جوهر الإدارة هنا عملية تنسيق وتوحيد للجهود من أجل الوصول إلى أهداف محددة بطريقة فعالة.

فالإدارة عملية إنسانية مستمرة تعمل على تحقيق أهداف محددة باستخدام الجهد البشري، والإستعانة بالموارد المتاحة[٦].

وتنقسم موارد الإنسان إلى:

موارد مادية:

وتشمل ممتلكاته من المال والسلطة والوظيفة، العائلة، التعليم، الأبناء...إلخ كل ما هو ملموس لتوفير الدعم المادي.

موارد معنوية:

وتمثل الأفكار، معلوماته، آرائه، قيمه، معتقداته، عاداته، تقاليده، أعرافه، اتجاهاته، طرقه، أساليبه، قناعاته، مشاعره تجاه الآخرين ومشاعرهم نحوه...إلخ، أي كل ما هو معنوي.

موارد اجتماعية:

وتتمثل في علاقاته، معارفه، نوعية الأفراد المتعامل معهم...إلخ، أي العناصر البشرية المتعامل معها على تفاوتها واختلاف عناصرها.

وتمثل هذه العناصر مثلث الموارد الإنسانية الخاصة بالإنسان وبالتالي فإن إفتقار الإنسان لأي ضلع من هذا المثلث يعرضه إلى العديد من المشاكل ويجعله عرضه للفشل والإنهيار.

وتعتمد قدرة إدارة الإنسان لنفسه على ثلاثة مبادئ أساسية تشكل له إستراتيجية هذه الإدارة.

أول هذه المبادئ أن يكون جادًا وفعالاً وقادرًا على بذل الجهد، أن يكون فاعلاً وليس مفعولاً به في أي موقف من مواقف الحياة وتحت أي ظروف من ظروفها، مقتنعًا بمصادر قوته، ولديه تصور واضح عنها من خلال الموازنة بين ما يريده من نفسه وما يقدر عليه بالفعل، مع تجنب الضغط القوي على النفس، حيث يدفعها ذلك الضغط إلى الضعف والملل على المدى الطويل، وأيضًا تجنب السلبية المدمرة للقدرة والإرادة على السواء.

ويعد الشعور بالقدرة على الإنجاز من أهم العوامل المحفزة على الأداء تحفيزًا ذاتيًا، وأيضًا من أهم العوامل التي تخلق الدوافع الإيجابية التي تحرك هذه القدرة وتحولها إلى قوة دافعة ومؤثرة[٧].

مهارة قيادة الآخرين

والقيادة شكل من اشكال العمليات الاجتماعية توجد في كافة المجتمعات رغم اختلاف النظم الاقتصادية والاجتماعية والسياسية ورغم اختلاف درجة تقدم هذه المجتمعات ونوعها[٨] سواء كانت مجتمعات زراعية أم صناعية أم بدوية أم خلافة ولقد تعددت المحاولات لتحديد هذا المفهوم وذلك من خلال ظهور العديد من التعريفات لمحاولة تحديد سماتها وملامحها ومن هذه المحاولات :

- ما يعرفها البعض بأنها عملية تفاعل بين قائد ومجموعة من الناس في موقف معين يترتب عليها تحقيق أهداف مشتركة والقيام بإجراءات فعالة لتحقيق تلك الأهداف[٩] وبذلك فأن القيادة لا تحدث من فراغ ولكن من علاقات الناس ومجتمعاتهم أي من خلال بناء اجتماعي[١٠].

- كما تعرف بأنها أحد مظاهر القوة وهناك ستة مظاهر للقوة منها قوة الحافز وقوة العقاب والقوة الشرعية والقوة الرجعية والقوة الناتجة عن الخبرة[١١].
- كما تعرف بأنها فن التوجيه والتنسيق وتشجيع الأفراد والجماعات لبلوغ الأهداف والقيادة الرشيدة تعتمد على الحكم الصائب على الأمور والثقة والخبرة الفنية[١٢].

١. وظائف القيادة :

يقوم القائد بمجموعة من الوظائف والأدوار وتنحصر هذه الوظائف في ثلاث مجالات متشابكة وهي حاجات الواجب والجماعة والفرد، ويجب التوفيق بينهما أثناء ممارسته لمهامه.

ونعرض هنا بعض من هذه الوظائف بشيء من الإيجاز:

- يجب أن يساعد القائد الجماعة أن يحدد أهدافها.
- يجب أن يقوم بعملية التخطيط.
- يجب أن يكون قادراً على تحليل حجم المشكلة وجمع المعلومات.
- يجب أن يكون القائد قادراً على تقديم الخبرة المناسبة ويهتم بالمعارف والمهارات والمعلومات.
- يجب أن يهتم بعملية التنفيذ وإقامة مستويات وضوابط لمراجعته في ضوء الأهداف.
- أن يعمل على الإتفاق بين الأهداف المختلفة والقرارات[١٣].

كما أن من الوظائف الأساسية لعملية القيادة وتوزيع المهام والأعمال بين أعضاء جماعته، من حيث إصدار القرارات ووضع السياسات وإصدار الأوامر ومن هنا تأتي جماعية القيادة، حيث تعتبر سمة من سمات المشاركة

المؤدية للعمل وتحقيق الأهداف التي ترغبها الجماعة[١٤]، ويعد توفير المناخ المناسب للمناقشات بين الأعضاء لتحقيق أهداف التنظيم من أهم مبادئ جماعية القيادة[١٥].

٢. القيادة والرئاسة:

تشير القيادة إلى العملية التي بواسطتها يقوم الفرد بالتوجيه والتأثير في أفكار الآخرين وسلوكهم، وقد يحدث هذا التأثير عن طريق اتصال القائد وجهًا لوجه، وهنا تصبح القيادة مباشرة، أو تكون من خلال أعمال الفرد ومؤلفاته وتكون هنا قيادة غير مباشرة[١٦].

فالقيادة والرئاسة يشتركان في كثير من الخواص، فكلاهما يتطلب مركزًا أعلى من مجرد عضوية الجماعة، وهم يتمتعان بسلطة أكبر من سلطة باقي أعضاء التنظيم.

فالفرق بين الرئاسة والقيادة ليس في القوة ولكن في الأساس الذي تشتق منه القوة، فتعتبر أساس قوة القائد هو اتفاق وموافقة التابعين[١٧] ويكون قبولهم للنفوذ والسلطة عن رضا واختيار ليس عن قهر وبالتالي فالقيادة تتمثل في أداء كافة الوظائف القيادية التي تهدف لتحقيق هدف الجماعة[١٨]، أما الرئاسة تلك التي يحصل عليها الفرد عن طريق التعيين من الهيئة المعنية وتكون ذات خلفية إيجابية وأحيانًا تكون سلبية وتقوم بالعمليات الإدارية فقط[١٩] وهكذا يكون الرئيس الناجح هو الذي يقترب في سلوكه مع الجماعة بين صفات الرئيس والقائد[٢٠].

ويمكن تلخيص الفرق بين القيادة والرئاسة في عدد من النقاط:

- الرئاسة تقوم نتيجة لنظام رسمي وليس نتيجة لاعتراف تلقائي من أعضاء الجماعة، فالرئاسة تستمد السلطة بقوة خارجية أي خارجة عن الجماعة نفسها.
- في الرئاسة يقوم الرئيس بتحديد الأهداف طبقًا لصالحه هو.
- الأعمال المشتركة أو الجماعية في الرئاسة قليلة.
- سلطة الرئيس مستمدة من خارج الجماعة[٢١].
- لا يوجد تقارب بين الرئيس وأعضاء الجماعة.

٣. القيادة في التنظيمات الرسمية:

القيادة دائمًا عبارة عن دور اجتماعي في موقف يترتب عليه تحقيق أهداف معينة يسعى إليها أفراد جماعته[٢٢].

ولقد تناولت القيادة العديد من المداخل منها نظرية السمات والاتجاه الموقفي حيث تناولت القيادة بوصفها سمة شخصية وبين فكرة القيادة كوظيفة تنظيمية، فالأولى تشير إلى مركب من الخصائص والسمات التي تتحقق عند بعض الأفراد، والأخرى تتضمن توزيع القوة والسلطة وإتخاذ القرار داخل تنظيم معين.

ومن إرتباط القيادة بفكرة المسئولية يمكن وصفها كمظهر للتنظيم وحيث توضع مجموعتين من المتغيرات تؤثران في تشكيل العمليات التنظيمية:

- متغيرات تتعلق بالتنظيم الرسمي: وهي متغيرات المسئولية أي المهام والأعمال التي يجب على الأعضاء القيام بها ومتغيرات التفاعل الرسمي.

- المتغيرات التي تحدد التنظيم غير الرسمي: وتشمل أنماط السلوك المختلفة وبالتالي يمكن النظر للقيادة في التنظيم من خلال المسئوليات وأداء العمل والتفاعل الرسمي والغير الرسمي[٢٣] ويستمد سلطة القائد في التنظيم من خلال التعاقد القانوني لا من القيم التقليدية أو التوحد الروحي مع شخصية تتحقق فيه بعض السمات والتي أطلق عليها «ماكس فيبر» القيادة الملهمة أو الكارزمية، كما أن كل التنظيمات تؤدي وظائفها في إطار ثقافي ومجتمعي أكثر شمولاً، وحيث لا يوجد تنظيم يتخلص كلية من تأثير النسق الاجتماعي الخارجي، فقد تتأثر بالموارد والمشاركة من جانب الأعضاء والمثاليات والأهداف الشخصية والارتباطات التنظيمية للأعضاء في المجتمع المحلي، وبالاضافة لذلك فهناك عوامل أخرى خارجة عن التنظيم ذاته وهي بلا شك عوامل تؤثر في القيادة[٢٤].

وبهذا فأن قرارات هؤلاء القادة تحددها غالبًا القواعد الرسمية في التنظيم[٢٥]، وتتحدد هنا بعض الجوانب للقيادة في التنظيمات الرسمية وذلك من خلال مفهوم القيادة كمظهر للقوة واتخاذ القرار بداخل هذه التنظيمات.

٤. القيادة كمظهر للقوة وإتخاذ القرار:

وتعددت كثير من الآراء والدراسات التي تناولت مفهوم القوة وعمليات اتخاذ القرار، كما ارتبطت هذه الدراسات بظاهرة القيادة حيث يرى أنها وثيقة الارتباط بدافع العمل والقوة من ناحية أخرى[٢٦].

ومفهوم القوة في العلوم الاجتماعية «تعني القدرة على تعبئة وتحريك القوى والتي ترتبط ارتباطًا مباشرًا بامتلاك القوة والتي يمكن لحائزها فرد أو جماعة أو مجتمع من الهيمنة على هذه الموارد وتوجيهها كما يملك قوة التأثير

في الكيانات الاجتماعية التي ستوظف تلك الموارد وتستثمرها إنتاجاً وتوزيعًا»[٢٧].

ويرى البعض أن جوهر القيادة هو التأثير في أفعال الآخرين وهذا لا يأتي إلا بإستخدام نوع من القوة وهذا لعدم الفصل بين القوة والقيادة وتركزت القوة على خمس هي قوة المكافأة وقوة العقاب وقوة الشرعية وقوة الخبرة وقوة الاشارة أو المرجع[٢٨].

وتفيد دراسة «Dahal» في هذا الموضوع ويهتم بمن يحكم ويرى أن بناء القوة تعددية وليست هرمية، بمعنى أن القوة موزعة وليست مركزية في أيدى قليلة، فالقوة الفعلية تكمن في هؤلاء الأفراد الذين يمثلون مواقع في المنظمات المهتمة بقضايا المجتمع ومشكلاته فهذه القلة إنما تعبر عن اهتمامات الجماعات المجتمع وقبول الأفراد إنما يأتي من ترشيح الآخرين ومعبرًا عن رغباتهم، قد يتم الترشيح من خلال قيادات الحزب السياسي وهذا لا يتم الأخذ به إلا برأي القاعدة العريضة الجماهيرية للحزب، وفي رأي «Dahal» أن الحاكم الرسمي والجهاز الحكومي في الأجهزة والتنظيمات الرسمية أصبح بالتدريج رمزًا لقوة صنع القرار في المجتمع[٢٩]. وبهذا تصبح القوة متغير أساسي يمكن استخدامه على المستوى المحلي والقومي والعالمي، فقرار القوة المحلية لها تأثير على استخدام هذه القوة للتغلب على أي مقاومة وتحقيق الأهداف المعنية[٣٠].

وبذلك فممارسة القوة تتخذ أحد مفهومين:

- السلطة وهي ذات طابع نظامي ترتبط بمطلب أو وظيفة رسمية معترف بها في المجتمع وتخول لصاحبها حق اصدار القرارات وهي قوة محددة ومنظمة بشكل رسمي.

- النفوذ وهي قوة غير نظامية تتمثل في القدرة على التأثير في صانعي القرارات السياسية وتوصيله للرأي العام من أجل تحقيق أهداف معينة وهو يمارس عادة من جانب العناصر القيادية التي لا تشغل أي مناصب رسمية داخل المجتمع ويتم عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري والأحزاب السياسية وجماعات الضغط والمصلحة وذلك لممارسة أساليب التهديد ووسائل الاستمالة والإقناع ويرتبط هذا النفوذ عادة بالشخص وليس الذي يشغله[٣١].

وهكذا تعتبر القيادة المتصل الرسمي في بناء القوة، وبما أن معظم التنظيمات الحديثة تتطلب بناءات رسمية ،من عناصر القيادة والضبط التنظيمي، فأن هناك مجموعة من المسئوليات التي تقع على كاهل القيادة تتحدد بعضها في النقاط الآتية:

١. القيادة: يجب أن يتوفر لدى القائد السمات الشخصية من حيث الاستعداد للقيادة والرغبة فيها بالاضافة للمهارة التوجيهية في اطار السلطة الممنوحة، كما يجب أن يتوفر لده القدرة على النمو المهني.
٢. القدرة على الانجاز: يجب أن يتمتع بالدافعية للانجاز للوصول إلى تحقيق الأهداف القريبة والبعيدة.
٣. الاتصال: يشترط فيه القدرة على أن يعبر عن نفسه وعن أفكاره وتكون لدية المهارة في الاستماع الجيد والمتابعة والاسهام في أثراء عملية الاتصال وتقديم الأفكار الجديدة.
٤. الرغبة في مساعدة الآخرين: يجب أن يعمل على توفير المناخ والبيئة المناسبة لهم لتنمية قدراتهم ومهارتهم حتى يمكن من تحقيق أهداف المؤسسة.

٥. حل المشكلات النمطية: ويكون لديه المهارة في التحليل السريع للمشكلات النمطية للوصول إلى الأسباب الحقيقية التي ورائها.

٦. التجديد والابتكار: ويجب أن يكون قادرًا على المشاركة بفاعلية في تحقيق النتائج وأن يقدم اقتراحاته بشكل جديد وبث روح المغامرة والابتكار لدى الآخرين وربط الأهداف الجديدة بالمؤسسة.

٧. تفهم أعباء العمل في استخدام التقنية: وهنا يتمتع بالمهارة في تفهم استراتيجيات العمل واحتياجاته والقدرة على تعلم الأفكار والمبادئ الجديدة[٣٢].

ومن ذلك العرض الموجز نرى أن القيادة ترتبط بممارسة القوة في صورة اتخاذها للقرارات كما أنها تختلف في طبيعتها عن مجرد امتلاك القوة فقط نظرًا لارتباطها باعتبارات تنظيمية معينة يتحدد من خلالها ممارسة تلك القوة القواعد التنظيمية والإطار القيمي الذي يربط بين الأفراد والقادة في التنظيم ذاته[٣٣].

المراجع المستخدمة

١. محمد شمس الدين أحمد: العمل مع الجماعات في محيط الخدمة الاجتماعية، القاهرة، ١٩٨٢، ص:١٣٨.

٢. محمد عبد الحي نوح: الطريقة المهنية لتنظيم المجتمع، دار الفكر العربي، ط١، ١٩٩٨، ص:١٣٤.

٣. نصيف فهمي منقريوس: ماهر أبو المعاطي: مهارات الممارسة المهنية للخدمة الاجتماعية، أسس نظرية، حالات تطبيقية، مركز نشر وتوزيع الكتاب الجامعي، ط١، ٢٠٠٠، ص:٥٩-٦٢.

٤. زيدان عبد الباقي: وسائل وأساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والإدارية والاعلامية، مرجع سابق، ص:٢٢٠.

٥. هالة منصور: الاتصال الفعال، مرجع سابق، ص:١٩٨.

٦. على السلمي: السلوك الإنساني في المنظمات، الأسكندرية، بدون ذكر سنة النشر، ص:٧.

٧. هالة منصور: الاتصال الفعال، مرجع سابق، ص:٢٣٥.

٨. عبد الرحيم الحيدري: القيادة والعمل مع المجتمع الريفي المحلي، الاسكندرية، ١٩٨٧، ص:١.

٩. مسعد الفاروق حموده: محاضرات في تنظيم المجتمع، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ١٩٩٢، ص:١٩٠.

10. Elliott gaques & stephen D.clement Executive leadership, Apractical Guide To Managing Complexity, Basil Black well, Inc. 1991, P.61.

١١. علي شريف: إدارة المنظمات العامة، الدار الجامعية، بدون ذكر سنة النشر، ص: ٣٩.

12. Haròld Koontz, cyirlo Donnell, Management, A systems & Contingency, Analysis of analysis of managerial Functions, Mc, Gaw. Hill Book company, 1976, P.587.

13. Richard Barker, Decision o Making Longman, 1970, P.63.

١٤. العميد محمد جمال مرعي: التدريب والتنمية، ط٢، عالم الكتب، ١٩٧٣، ص: ٣٤٤.

15. Paul thorne, the New General Manager, Mc, Graw Hill Book, company, London, 1989, P.106.

١٦. أحمد مصطفى خاطر: الإدارة وتقويم المشروعات الرعاية الاجتماعية، مرجع سابق، ص: ٩٩.

17. B.aubery Fisher, small Grop Decision Making, Mc Graw Hill-Book company, New york, 1980, P.142.

١٨. عبد الرحيم الحيدري وآخرون: القيادة والعمل مع المجتمع الريفي، مرجع سابق، ص: ٧٧.

١٩. فتوح أبو العزم: فارس خليل وهبه: القيادة وتخطيط مجتمعنا الاشتراكي، مكتبة القاهرة الحديثة، بدون ذكر سنة النشر، ص: ١٨.

٢٠. عزت الطويل: أساسيات علم النفس العام والاجتماعي، الجزء الأول والثاني، مركز الشهابي ، بدون ذكر سنة النشر، ص: ١٩.

٢١. عبد الرحمن محمد عيسوي: دراسات سيكولوجية، دار المعارف، ١٩٨١، ص: ٣٤٩.

٢٢. محمد كامل البطريق: حسن طه أبو الفضل: مدخل إلى الخدمة الاجتماعية دراسة محلية، القاهرة، مكتبة القاهرة الحديثة، بدون ذكر سنة نشر، ص: ١٠.

٢٣. محمد على محمد: الأسس الاجتماعية التنظيمية والادارة، القاهرة، دار الجامعات المصرية، ١٩٧٨، ص: ٣٩٥.

٢٤. المرجع السابق ص: ٣٩٧.

٢٥. لويس كامل ملكية: سيكولوجية الجماعات والقيادة، الجزء الأول، الهيئة المصرية العامة للكتاب، بدون ذكر سنة النشر، ص: ٢٣١.

26. Fred. Luthans, organizational Behavior, third Edition Mcgraw Hill International Book company, 1981, P.426.

٢٧. محروس محمود خليفه: ممارسة الخدمة الاجتماعية، الاسكندرية، ١٩٩٢، ص: ١٠.

٢٨. حسين حريم: القيادة الإدارية مفهومها وانماطها، ص٣٥٤. عن مجلسة العلوم الاجتماعية، العدد الرابع، السنة الرابعة، يناير١٩٧٧ ص: ٢٧.

٢٩. محروس محمود خليفه: ممارسة الخدمة الاجتماعية، مرجع سابق، ص: ٣٥٨.

٣٠. غريب محمد سيد أحمد: السيد عبد العاطي: دراسات في علم الانثروبولوجيا، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٥، ص: ٤٨.

٣١. السيد عبد الحليم الزيات: التحديث السياسي في المجتمع المصري، مرجع سابق، ص: ٣٥.

٣٢. أحمد مصطفى خاطر: الادارة وتقويم مشروعات الرعاية الاجتماعية، مرجع سابق، ص:١٦١.

٣٣. عبد الله عبد الرحمن: سيوسولوجيا التنظيم ، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٧، ص:٢٦٣.

الفصل الرابع

عملية الإتصال ونماذجها الأساسية

أولاً: عناصر عملية الاتصال.

ثانيًا: تحليل عناصر الاتصال في ضوء بعض النماذج.

ثالثاً: عوامل نجاح عملية الإتصال.

رابعاً: أنماط الاتصال.

أولاً: عناصر عملية الاتصال

الاتصال بصفة عامة فيما يقول لوسيان باي - هو نسيج المجتمع الإنساني، فهو من ناحية حقيقة أساسيه من حقائق الوجود الاجتماعي وعنصر محوري في بنية العملية الاجتماعية من ناحية أخرى، وضمان أكيد أيضًا لتواصل الحياة الاجتماعية واطراد تطورها من خلاله يتم التفاعل بين الأفراد والجماعات وبواسطته يسهل انسياب مدخلات الفعل الاجتماعي وديناميياته.

ومن ثم يقال: «إن عملية الاتصال لا يمكن أن تتم أو تحدث بذاتها ولكن تحدث كإفتراض مبدئي للعملية الاجتماعية التي تعد هي الأخرى شرطًا أساسيًا للاتصال الممكن ومعنى هذا كله أن الاتصال لا يمكن أن يتحقق إلا من خلال ديناميات التفاعل الاجتماعي، وبما أن الانسان يعيش سحابة يومه ويقضي حياته في تفاعل مستمر - أي في اتصالات لا تنتهي من أجل اشباع حاجاته العديده والمتنوعة - فبد هي إذن ان يكون الاتصال هو العملية الاجتماعية المحوريه - الاساسيه والدائمة - التي من خلالها يتفاعل الفرد مع البيئة التي تحيط به والجماعه التي يرتبط بها وينتمي إليها ونظرًا لان حيوية العلاقات الانسانية تتمثل بشكل جدي في قدرة الانسان على بث واستقبال العديد من الرسائل - المقصودة وغير المقصودة - فإن الاتصال على هذا الاساس يستغرق الوجود الاجتماعي باكمله وتتخلل البيئة الاجتماعية، وتتجلى بالتالي في كل مظهر من مظاهر الحياة الجمعية وتعكس في الوقت ذاته حقائق ومحددات أو معطيات البناء الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والثقافي الذي يجرى في سياقه. ومن ثم يقال: «أن بناء الاتصال الاجتماعي تعكس بنية وتطور المجتمع». كما أن حجم النشاط الاتصالي - أي تطور وسائل الاتصال - وجماهيرها، وتطور ادوار الاتصال الفردية القائمة في المجتمع إلى مؤسسات وتعدد قنوات الاتصال إنما يعكس التطور التقليدي للمجتمع كما يعكس ملكية

امكانات الاتصال والاستخدام الهادف للاتصال والسيطرة عليه في ضوء التطور السياسي للمجتمع وفلسفته.

كما أن مضمون الاتصال يعكس الاطار القيمي للمجتمع كما أن الانماط الخاصة لشبكة الاتصال والتي تحدد أين وإلى من تتدفق المعلومات ومع من نتقاسمها ومدى التجانس الثقافي والجغرافي في داخل المجتمع[١].

وفي مناقشة عملية الإتصال نرى أن هناك طريقة واحدة لتعريف عملية الإتصال وهي كما يلي: شخص ما (أ) (المصدر) ينقل رسالة محددة من خلال قناة معينة إلى شخص آخر (ب) (متلقي) مع مثال للتأثير، هذا التأثير يكون ملاحظاً ومفسراً من (أ)، مصدر الرسالة الذي يجيب الإستجابة للمتلقي (ب) ، فالتفاعل بين (أ) ، (ب) يطلق عليه التغذية الإسترجاعية. وهذا التفاعل المتبادل يمكن أن يلقب بـ «إجراء الإتصال» ، والرسم التالي يوضح لنا عملية الإتصال[٢].

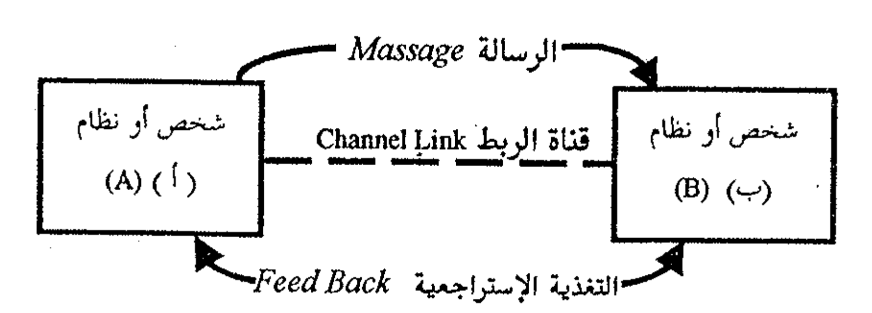


Fig. 1 Communication Process

عملية الإتصال

وفي ضوء ذلك فإنه يلزم توافر حد أدنى من العناصر الضرورية لقيام العملية بدورها وهذه العناصر هي[٣]:

١. مرسل *Sender* أو مصدر *Source* أو قائم بالاتصال *Communicator* يقوم بنقل المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو المعاني إلى آخرين.

٢. رسالة *Message* تحتوي على الرموز- لغوية، لفظية، أو غير لغوية، أو غير لفظية - التي تعبر عن المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو المعاني.

٣. مستقبل *Reciever* أو ملتقي *Andience* يستقبل الرسالة ومحتواها. وقديمًا اهتم أرسطو بهذه العناصر الثلاثة حتى تحقق الخطبة أهدافها بين الناس:

-الخطيب (مرسل).

-الخطبة (رسالة).

-الجمهور أو الجماعة (المستقبل).

وكذلك اهتم ابن خلدون بهذه العناصر الثلاثة، عندما اهتم بالإطار الاجتماعي (العمران الإنساني) في نقل الأخبار وقبولها.

ثم كانت بعد ذلك النظريات والنماذج الغربية التي اهتمت بعملية الاتصال في المجالات الاجتماعية والنفسية، وكذلك المجالات الرياضية، هذه النظريات أو النماذج قد اهتمت بهذه العناصر الثلاثة، التي تعتبر قاسمًا مشتركًا في كافة العمليات الاتصالية مهما اختلفت الأساليب أو الطرق المستخدمة في الاتصال، أو الهدف منها، أو المجال الذي تعمل فيه.

٤. وسيلة *Channel* أو وسيط *Mediem* لنقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل.

خاصة إذا تباعدت بينهم المسافات، أو زاد عدد المستقبلين أو المتلقين، وتتطور هذه الوسيلة في الحجم والقدرة بازدياد المسافة وعدد المتلقين وانتشارهم.

٥. يضاف إلى ذلك أن المرسل عندما يصيغ رسالته في محتوى ما، بواسطة رموز معينة، فإنه يسعى إلى تحقيق أهداف معينة من العملية الاتصالية ويتوقع من المستقبل رد فعل *Reaction* أو استجابة *Response* ما تشير إلى تحقيق الهدف من عدمه.

وهذه الاستجابة أو ما نسميها رد فعل الرسالة يجب أن ترتد مرة أخرى إلى المرسل في شكل من أشكال التعبير أو صوره ويدخل في ذلك تعبيرات الوجه أو الإشارات أو الإيماءات... وغيرها من الرموز التي تفيد حدوث رد فعل للرسالة، سواء كان رد الفعل إيجابيًا يتفق مع أهداف المرسل أو سلبيًا يتعارض مع هذه الأهداف، وهذا ما يطلق عليه في العملية الاتصالية، التغدية العكسية أو المرتدة، أو المراجعة، أو ما يسمى رجع الصدى Feed back.

وخلال العملية الاتصالية تتم عمليات فرعية أخرى تعتبر ضرورية لاستكمال دورة الاتصال بين أطرافها.

فالرسالة ليست شيئًا جامدًا، يرسله المرسل إلى المستقبل، ولكنها تكون في البداية فكرة أو خبرة أو معلومة، يرى المرسل أن انتقالها إلى المستقبل سوف يحقق هدف الاتصال له.

وبعد أن تبلور الفكرة في ذهن المرسل فإنه يحولها إلى رسالة ذات محتوى يعبر عنه بالجمل أو العبارات أو الكلمات وهي الوحدات اللفظية أو ما تسمى بالرموز اللغوية، أو رموز مصورة أو موسيقية على سبيل المثال لكنها تتفق بداية مع إطار الخبرة والتجربة الخاصة بالمستقبل حتى يمكن إدراك معانيها، فيستجيب إليها بشكل أو بآخر.

وهذه الاستجابة ترتد إلى المستقبل ليدرك من خلالها مدى تأثير الرسالة، وتحقيق هدف الاتصال، فتكتمل دورة العملية الاتصالية.

ومنذ بداية الاقتراب من التقنين العلمي لعمليات الاتصال والظواهر المرتبطة بها ساهم عدد كبير من الخبراء والباحثين بعدد من النماذج التي تهدف إلى التعريف بعملية الاتصال في مستوياتها وأشكالها المختلفة وتفسيرها.

والنموذج هو عبارة عن بناء شكلي أو صوري أو رياضي للعلاقة بين العناصر والتغيرات التي نقوم بدراستها وذلك للإسهام في تبسيط المعرفة وتنظيمها وشرح الظواهر العملية ومساعدة الباحثين على التفسير والتوقع.

وربما كان أفضل ما قدم من تحليلات في هذا الصدد هي تلك التي عرفها هارولد لازوريل *H. D. Lass well* وضمنها عبارته الجامعة المانعة الشهيرة (من) وماذا يقول؟ وبأي وسيله؟ ولمن وبأي تأثير

Who Says what in which channel to whome with what effect?

حيث قدمت تلك العبارة الموجزة المعقدة ـ وبكل المقاييس ـ أدق وصف تفصيلي لعملية الاتصال وأوضح تصوير لدوره هذه العملية ومسارها، كما تضمنت في الوقت نفسه اغلب العناصر التي وردت في تحليلات غيره من الباحثين وأهم مقومات عملية الاتصال ومكوناتها الأساسية فهي أو توجه السؤال (من؟) انما نقصد بذلك الوقوف على مصدر الاتصال (أي المرسل) وحين نتساءل (ماذا يقول) انما نستفسر بذلك عن مضمون الاتصال (أي الرسالة) أما حين نوجه السؤال (بأي وسيلة) فهي تبغي بذلك البحث عن كيفية الاتصال (أي الأداة) وعندما تطرح السؤال (لمن) فهي ترمي بذلك إلى معرفة وجهه الاتصال (أي المستقبل) أما السؤال (بأي تأثير) فتهدف به الإحاطة بنتيجة الاتصال (أي الأثر) وردود الأفعال (أي التغذية المرتدة)[٤].

وهذا النموذج استخدمه كثير من الخبراء والباحثين، كقاعدة لبناء نماذج أخرى، بالإضافة إلى اتخاذه أساسًا لتصنيف البحوث والدراسات الخاصة بعلوم الاتصال بصفة عامة.

وبجانب النماذج اللفظية الشبيهة بما سيأتي ذكره بعد، هناك عدد آخر من النماذج الرمزية الأخرى التي استحدثت عناصر ومتغيرات جديدةز رأى الخبراء تأثيراتها في حركة عملية الاتصال وعناصرها.

ثانيًا: تحليل عناصر الاتصال في ضوء بعض النماذج

أ- تحليل عناصر الاتصال في نموذج ديفيد بيرلو:

اهتم ديفيد بيرلو *D. Berlo* بأربعة عناصر أساسية فقط للاتصال، وهي المصدر والرسالة، والوسيلة، والمستقبل أو المتلقي. ولم يتعرض إلى رد الفعل أو رجع الصدي. ولذلك فإن الاتصال في نموذج بيرلو يسير في اتجاه واحد. إلا أن أهم ما يلفت النظر في هذا النموذج هي العوامل التي ساقها في تحليله لهذه العناصر. والتي يتوقف عليها نجاح الاتصال أو فشله في اتجاهه إلى المستقبل.

وهناك متطلبات هامة لان من انجازها حتى يتم الاتصال بكفاءه ومقدره وفعاليه ويمكن استعراض هذه المتطلبات فيما يلي:

١. أن يكون المرسل متأكدًا من كفاية معلوماته ووضوحها.

٢. أن يكون ترميز الرسالة على درجة كافية من الدقة وأن تكون الإشارات والعلامات قابلة للانتقال بسرعة وكفاية ودقة بغض النظر عن التداخل والمنافسة.

٣.أن تفسر الرسالة تفسيرًا يتفق مع ما كانت تقصده عملية الاعداد الرمزي.

٤. أن تعالج الوجهة أو المقصد التفسير الرمزي لرسالة بحيث تحدث الاستجابة المرغوبة.

ويتوقف نجاح عملة الاتصال بالنسبة للمتلقي أو المستقبل على نفس العوامل الخاصة بالمصدر السابق ذكرها ـ وبصفة خاصة مهاراته الاتصالية، وتأثير السياق الاجتماعي والثقافي على المشاركة في العملية الاتصالية وتحقيق أهدافها.

«الأدوار الوسيطة» في نموذج ويستلي، وماكلين:

أغفل نموذج ديفيد .ك. بيرلو رجع الصدى في العملية الاتصالية، واهتم بالاتصال في اتجاه واحد من خلال العلاقة بين المصدر والمتلقي فقط، ولكن في نموذج ويستلي، وماكلين B. Westly & M. Maclin كان الاهتمام بجانبين من جوانب العملية الاتصالية والتي تسمح بتطبيق النموذج على الأنواع المختلفة للاتصال، وهما:

١. إن المتلقي يتعرض للمعلومات ويختار منها بنفسه ما يتفق وحاجاته. في إطار إدراكه عن صحتها وأهدافها بجانب ما يتلقاه عن مصادر أخرى بصفة مباشرة، أو عن طريق «وسيط» يعتبر في عملية الاستقبال مصدرًا اخر بجانب المصدر الأول.

٢. اهتم النموذج أيضًا برجع الصدى، أو التغذية المرتدة أو العكسية ليس إلى المؤسسة أو المنظمة فقط، ولكن إلى المصدر رقم (٢) أيضًا في هذه العملية. والذي ينقله أيضًا إلى القائم بالاتصال أو المصدر رقم (١) سواء كان رجع الصدى مقصودًا نقله إلى أ. (مصدر رقم ـ١) أو لا *Purposive - non purposive feed back*.

ولم يغفل النموذج أيضًا تقويم المتلقي للرسائل إلى رسائل هادفة أو غير هادفة *Purposive- non purposive* وكذلك تقويم المصدر لها في هذا الإطار. من خلال علاقة هذه الرسائل بالتأثير في إدراك الفرد للوقائع والأحداث أو لا. أو في إطار علاقتها بالتعرض أيضًا سواء كان مقصودًا أم لا[٥].

أهمية «الخبرة المشتركة» في نموذج ويلبور شرام

استعارة ويلبور شرام *W. Schramm* عددًا من النماذج السابقة في بنائه للنموذج الذي قدمه في عدد من الأشكال المتتالية التي تمثل مرحلة التفسير عند كل من المصدر أو القائم بالاتصال، والمستقبل أو المتلقي وقيام كل منهما بعملية

الترميز بشقيها. وعلاقة عملية الترميز عند كل منهما بمجال الخبرة المختزنة *Stored experience* لكل منهما، أو الإطار الدلالي *Frame of References* للمعاني الخاصة بكل منهما والتي تتأثر كثيرًا بالعادات والتقاليد والقيم والمهارات المكتسبة... إلى آخره، والتي تؤثر في إدراك الأفراد لمعاني الرموز الاتصالية(٦).

إن اللغة هي التي تحدد كفاءة هذه العمليات، فلكل لغة سياقها الخاص من المفردات والصوتيات المضبوط بضوابط معينة. فإذا لم تكن هناك قواعد تحكم اللغة وتضبطها فإنها تصبح ضربًا من الهراء، إلا أننا نشير إلى أن هناك حجمًا أو مدى نسبيًا للحرية المسموح بها في الكتابة والتحدث بأي لغة، وبالتالي فإنه كلما كان هناك ثراء في اللغة ازدادت فرص الإعادة والتكرار بصيغ مختلفة حتى يتمكن المستقبل من فهم مضمون الرسالة، كما أن ثراء اللغة لا يمكن من التكرار والإعادة فحسب وإنما يمكن أيضًا من الاستعانة بالحكم والأمثال التي توضح مضمون الرسالة وتيسر على المستقبل فهمها.

والعنصر الضروري في نسق الاتصال يتمثل في التوافق والتناغم بين المرسل والمستقبل، إذ أنه بدون وجود هذا التناغم تنعدم إمكانية الاتصال، وهذا العنصر واضح في جهاز الراديو بين المرسل *Transmitter* والمستقبل *Receiver* ولكن المسألة تصبح أكثر تعقيدًا حينما نقول إن المستقبل الإنساني ينبغي أن يكون قادرًا على فهم المرسل الإنساني، وهنا وحتى يتحقق هذا الفهم لابد أن تكون الرسالة الموجهة من المرسل إلى المستقبل من مجال خبرة مشترك بينهما حتى يحدث ذلك التناغم والتوافق، أي الفهم.

وبمعنى آخر هناك علاقة طردية بين الخبرة المشتركة والاتصال المتناغم مما يمكننا من التنبؤ بأنه إن لم يكن هناك مجال مشترك من الخبرة يصبح

الاتصال مستحيلاً، أما إذا كانت مجالات الخبرة المشتركة محدودة فإن عملية الاتصال تصبح غاية في الصعوبة تلك الصعوبة التي يواجهها غير المتخصص في الطبيعة حينما يقرأ كتابًا عن نظرية النسبية، وحينما ينتقل شخص ما إلى ثقافة مغايرة لثقافته، ولذلك فإن المرسل لابد أن يضع في اعتباره إعداد رسالته بطريقة تمكن من تحقيق التناغم والتوافق مع المستقبل ولن يتحقق ذلك إلا بربط الرسالة بجوانب من خبرته تشابه إلى حد كبير خبرة الوجهة أو المستقبل(٧).

ثالثًا: عوامل نجاح عملية الإتصال

إن العلاقات والنظم الإجتماعية عملية معقدة للغاية ويقترح أن يكون النظام الإجتماعي على هيئة (شكل) للإتصال واللغة هي أقرب وسائل الإتصال وكم هي مرتبطة بالأفكار الإجتماعية والثقافية ، فهي الأساس الذي يربط الناس ببعضهم على كل طبقات المجتمع من نطاق الأسرة وحتى الطبقات السياسية، فاللغة دائماً ما تعكس الإختلافات الإجتماعية والثقافية وأحياناً تؤدي إلى سوء فهم ثقافي وعادة ما نستخدمها في الطقوس والشعائر وبالتالي فاللغة هي نوع من الإتصالات التي ترتبط بالمجتمع(٨).

ولكي ينجح الاتصال يجب أن يكون الهدف ملائمًا، ذلك أن المعرفة لن تترجم إلى عمل إلا إذا توافر الواقع وهو أمر يصعب فهمة إلا في ضوء المجال الاجتماعي.

ويضاف إلى ذلك، مجموعة من الأسس التي تجعل من الاتصال عملية مثمرة في المجتمع، ويمكن إيجاز هذه الأسس فيما يلي:

أ- يجب أن تكون لغة الاتصال مفهومة لجمهور المستمعين، فاستعمال اللغة الفصحى مثلاً مع جماعة الفلاحين قد يجد استجابة للصوت وموسيقيته وليس لمعانيه بينما الحديث العادي الذي يستخدم لغتهم الدارجة يصل بالمعاني إليهم.

ب- لابد أن يبنى الاتصال على الخبرة السابقة للمرسل إليه أو المستقبل فالحديث عن التركيب الكيماوي للقنبلة الذرية أو الهيدروجينية لا يفهمه سوى الذين سبق لهم معرفة الكيمياء والطبيعة وتركيب الذرة.

ج - يحسن الاستعانة بالرسالة السمعية والبصرية في تبسيط الصورة وتيسير توصيل المعلومات.

د- أن العواطف المتقدمة تحول دون التوصل الفعال بين المرسل والمرسل إليهم فالحب الشديد والكراهية الشديدة والتعصب القوي كلها تحول دون التوصل الفعال[٩].

ويتوقف نجاح عملية الاتصال على نجاح كل عناصره في أداء الدور المطلوب منها ويمكن تفسير هذه العوامل إلى كل من[١٠]:

عوامل تتصل بالمرسل (المصدر):

يعد المرسل من أهم العوامل المؤثرة في نجاح أي عملية إتصالية، ومن ثم الوصول إلى تحقيق الأهداف، التي يسعى الاتصال إلى تحقيقها، فعلى ضوء ما يتمتع به المرسل من قدرات وكفاءات في الأداء يتحدد مصير عملية الاتصال برمتها.

ومن أهم العوامل الواجب توافرها في المرسل حتى يتحقق الاتصال الناجح ما يلي:

١. أن يكون المرسل موضع ثقة من المستقبل، باعتبار أن هذه الثقة تعد الأساس الذي يبنى عليه المستقبل تفاعله.

٢. أن تتوافر مهارات إتصالية عالية، من خلال مهاراته في عملية الترميز بأبعادها المختلفة، وذلك عن طريق استخدام عنصريها اللفظي وغير اللفظي، الأمر الذي ينعكس على مدى قدرته في صياغة الرسالة المعبرة عن هدفه بوضوح، والمراعية في ذات الوقت لطبيعة المستقبل، من الناحية الفكرية والاجتماعية والنفسية. حتى تكون جاذبة ومفهومة بالنسبة له، وبالتالي توقع درجة تأثير عالية لها على المستقبل.

كما يجب أن تتوافر لدى المرسل مهارة متابعة رد الفعل لدى المستقبل، حتى يتأكد من تحقيق هدفه من الاتصال، على النحو المأمول.

٣. حسن اختيار الوقت والزمان والوسيلة الملائمة لطبيعة المستقبل، والملائمة لطبيعة الرسالة وهدفها، حيث يشكل ذلك في النهاية منظومة متكاملة لنجاح المرسل في صياغة رسالته، وإرسالها، مع ضمان تأثيرها على المستقبل.

عوامل متصلة بالرسالة:

عند إعداد الرسالة الإتصالية يجب مراعاة بعض الشروط لضمان استجابة المستقبل لها، ومن هذه الشروط:

١. أن يتناسب موضوع الرسالة مع المستقبل، من حيث اهتمامه، ودرجة استيعابه، ومستوى إدراكه، وتلبية احتياجاته حيث أن تأثير الرسالة هنا يتوقف على الفائدة المرجوة منها والجهد المبذول في استقبالها ومن ثم فهمها، والاستفادة منها.

٢. حسن صياغتها وتضمينها عنصر التشويق والإثارة، الذي يخاطب إدراك المستقبل، ويضمن قوة تفاعله معها، بالإضافة إلى حسن استخدام النسق الرمزي، بما يتلائم وهدف الرسالة، وطبيعة المستقبل لها.

عوامل متصلة بالمستقبل:

المستقبل هو الشخص أو مجموعة الأشخاص التي تستقبل الرسالة، وتقوم بترجمة رموزها، وتفهمها في ضوء خبراتها السابقة وحاجاتها، وكلما تشابهت خبرات المستقبل مع موضوع الرسالة، أزداد فهمه لها، ومن ثم ازدادت احتمالات نجاح عملية الاتصال. وسوف نتناول هنا العوامل المتصلة بالمستقبل:

١. يؤثر الإطار الدلالي للمستقبل على استجابته للرسالة، حيث يقوم بتفسير رموزها طبقًا لهذا الإطار، باعتبار أن لكل فرد أو جماعة مجموعة من التصورات، والاتجاهات (الدلالات) تتحكم في سلوكه، وفي نظرته للأشياء، هذه التصورات مشتقة من بيئته وثقافته وشخصيته بشكل عام.

٢. مستوى الإدراك الحسي للمستقبل، والمتمثل في حواسه من سمع، بصر، لمس وتذوق، باعتبار أنها الطريق إلى التعرف على الرسالة، فإذا كانت هذه الحواس معطلة لسبب أو لآخر، فإن ذلك يمثل عائقًا لا يمكن التغلب عليه، مهما بذل المرسل من جهد في إعداد رسالته.

٣. دافعيه المستقبل إلى المعرفة حيث أنه من الخطأ القول بأن المستقبل يدرك الرسالة بمجرد إرسالها، حيث لوحظ أن الإنسان يدرك ما يريد أن يدركه ويترك ما لا يريد إدراكه، وذلك طبقًا لدوافعه، أو حاجاته التي يريد إشباعها، كل ذلك في ظل حريته في اختيار ما يشاء من الرسالة المتاحة له. وعليه فكلما كانت الرسالة محققة لحاجات معينة لدى المستقبل، كلما سعى إليها هو بنفسه دون غيرها من الرسائل فالإنسان هنا في مجال الإدراك لا يدرك ما هو موجود، وإنما يدرك ما يريد أن يستوعبه، ويحدث ذلك بشكل يتوافق مع حاجاته وقيمه، وعواطفه، وخبراته السابقة، واهتماماته المستقبلية وبالتالي فهو عند إدراكه للرسائل الإتصالية يكون انتقائيًا، متوافقًا مع العمليات السيكولوجية والبناء السيكولوجي له، ليس إدراكًا عشوائيًا وبالتالي فإن هذا الانتقاء قد يحد من مجال تأثير عملية الاتصال.

٤. الظروف المحيطة بالمستقبل حيث تدعم هذه الظروف من نوعية رسائل معينة، وتكسبها قوة وقدرة على التأثير.

عوامل متصلة بوسائل الاتصال:

رسائل الاتصال متعددة ومتنوعة (الرمز، الشكل، اللغة المنطوقة، اللغة المكتوبة، رسائل غير لفظية...إلخ) ولكل من هذه الرسائل مزاياها وعيوبها، وعلى ذلك فكلما توفر عدد من الرسائل أمام المرسل كلما ازدادت الفرصة أمامه لاستخدام الوسيلة المناسبة لرسالته، والتي تتناسب مع الهدف المقصود، وصياغة الرسالة، ومع طبيعة المستقبل وخصائصه، لذلك فإن التنويع في استخدام الوسائل المختلفة يزيد من فرص مقابلة الفروق الفردية بين الأفراد المستقبلين، وهذا من شأنه أن يساعد على إنجاح عملية الاتصال.

رابعاً: أنماط الإتصال

ولما كانت كيفية التعبير البليغ،عما لدينا من افكار ومعلومات نود ايصالها للآخرين موضوعًا لكثير من النقاش والجدل ومعلوم لدينا أن المعايير المحددة للحكم على التعبير تختلف، كما هو الحال في كل أنواع المعلومات تبعًا للسياق الذي تعرض فيه الآراء.

فالتعبير والعرض الناجح يعني أن اتصالاً حقيقيًا قد حدث، إذ لا يقتصر ردود مستقبل المعلومات المعروضة فقط على سماعها وفهمها، بل تتعدى إلى فهم وجهه نظر مقدم المعلومات كذلك... والتي قد لا يتفق معها ولكنها على أقل تقدير تكون مفهومة لديه.

فالاتصال الحقيقي شأن ذو اتجاهين : إذ يبدأ الفهم اللازم له من المقدم (المرسل) الذي يجب أن يتكبد اولاً المشقة لفهم الحالة الذهنية للمستقبل فإذا لم يفعل فلربما جاء عرضه متحيزاً إلى فهم وجهة نظره الخاصة(١١).

ولما كان الاتصال هو عملية نقل للمعلومات والأفكار وتبادلها بين الناس فإنه لا يأخذ شكلاً واحدًا أو نموذجًا واحدًا وبعبارة أخرى أن للاتصال أنماطاً مختلفة من الممكن ان نميز بينها ولكن ليس معنى أن هناك انماطاً مختلفة للاتصال أن هناك عمليات مختلفة للاتصال أيضًا له، بل يجب أن نضع موضع الاعتبار أن العملية الأساسية واحدة وعناصرها واحدة أيضًا، إلا أن هذه العناصر تختلف ـ تبعًا للموقف ـ من حيث الشكل أو البساطة أو التعقيد(١٢).

ومن الممكن أن نصنف أنماط الاتصال في ضوء العمليات الأساسية الأولية *Primary Processes* أي أن هناك أساليب فنية أولية، عالمية الانتشار من ناحية وأساليب فنية ثانوية تسهل عملية الاتصال ومن هذه الزاوية

يمكن تصنيف الإشارات واللغة بوصفها أساليب أولية وعامة، والكتابة تسهل عملية انتقال اللغة والأشكال الرمزية الأخرى، وتمكن الوسائل الفيزيقية التي قد تنقل بواسطتها الرموز كالرسول أو المبعوث أو الحيوانات والدواب، والنقل الآلي، تمكن هذه الوسائل من تمثل الرموز الصورية أو الكتابية ولكن في نسخ معدودة وأطر محدودة.

إلا أن الطباعة الضخمة، والتطور الآلي في الاتصال البرقي والتليفوني والإرسال الإذاعي والتليفزيوني والسينما ـ كل ذلك قد وسع من انتشار الرموز.

من الممكن إذن أن نصف أنماط الاتصال في ضوء العمليات الأساسية إلى نمطين:

١. نمط اتصال أولي: وهو يشير إلى ذلك الأسلوب الذي تم فيه عملية انتقال الأفكار والمعاني في إطار علاقات أولية، ببساطة يشير هذا النمط إلى اتصالات الوجه للوجه.

٢. نمط ثانوي: وهو يشير إلى الأسلوب الذي تنتقل به الأفكار والمعلومات بين الناس ومن أشخاص إلى أشخاص آخرين دون أن يكون هناك تفاعل بينهم، أو بمعنى أصح دون أن يكون هناك تفاعل مكاني يمكن من المواجهة التي تنمو العلاقات الأولية في ظلها، ويشير هذا النمط إلى الاتصالات الجمعية[١٣].

وغياب الإتصالات المباشرة يشكل جوهر ظاهرة (الإغتراب الإجتماعي) ويذهب كثير من علماء الإجتماع والنفس إلى أن العزلة ومحدودية تلك الإتصالات الإجتماعية هي أساس كل الظواهر السلبية المنتشرة في المجتمعات الجماهيرية المعاصرة وهي قبل كل شئ علة من العلل التي تؤدي إلى خلل التكامل الداخلي لشخصية الإنسان الحديث[١٤].

وقد تكون هناك أسس أخرى مختلفة لتصنيف أنماط الاتصال كأن نقول مثلاً إن هناك نمطًا اتصاليًا منظم، ونمطًا آخر غير منظم ونقصد هنا بالنمط المنظم كل تلك الأجهزة والمؤسسات والتدابير التي تؤسس وتقام بقصد نقل المعلومات والأفكار وتوصيلها إلى الناس، بينما النمط غير المنظم يشير إلى الانتقال التلقائي لتلك الأفكار والمعلومات، بمعنى أن الصحيفة والراديو والتليفزيون والسينما ومؤسسة الإرشاد الزراعي بالقرية ومكتب تنظيم الأسرة والندوات وغير ذلك مما يمكن أن يطلق عليه مؤسسات التغيير تندرج تحت النمط الاتصالي المنظم بينما النمط الثاني يشير إلى المصادر المحلية - عادة - للأخبار والأفكار والثرثرات، وهنا قد نقابل بشيء من الخلط الذي لا يميز بين أنماط الاتصال وفقًا للعمليات الأساسية بمعنى أن القروي قد يحاط علمًا بأسلوب زراعي جديد من مناقشته للمشرف الزراعي في القرية، وهو هنا يكون قد تلقى معلومات من مصدر منظم للمعلومات أو نمط اتصالي منظم، أما حينما يحصل على هذه المعلومات من مناقشته لجاره أو قريبه فإنه يكون حصل عليها من مصدر معلومات غير منظم أو غير نظامي، علمًا بأن العملية الأساسية التي جرى خلالها الحصول على المعلومات واحدة. وهي المناقشة الشخصية المباشرة.

كما قد يكون التمييز بين نمط اتصال جمعي *Mass Communication* ونمط اتصالي شخصي *Personal Communication* وحيث يشير النمط الأول إلى مؤسسات الاتصال القائمة أساسًا لهذه العملية كالصحف، والإذاعة، والتليفزيون، والسينما وغيرها، بينما يشير النمط الثاني إلى الانتقال والانتشار عن طريق التفاعل، ولكن ليس معنى ذلك غياب التفاعل بين مستقبل الاتصالات الجمعية ومصدرها حيث إن هناك درجة معينة من التفاعل لكننا لا نستطيع القول بأن عملية التفاعل - بجميع أبعادها - موجودة بينما يميز التفاعل التام النمط الثاني وهو النمط الشخصي، وهنا نستطيع أن ندرج ضمن

النمط الشخصي الندوات وموظفي الإرشاد بالقرية وما إلى ذلك بالإضافة إلى الاتصالات التلقائية بين أهل القرية، ولكننا نجد إدراجنا لمؤسسات الإرشاد في القرية تحت النمط الشخصي يتميز بدرجة غير قليلة من التعسف وبخاصة إذا وضعنا في اعتبارنا أن موظفي هذه المؤسسات قد يكونون ـ وغالبًا ما يكون الأمر كذلك ـ غرباء عن نسق القرية، ولذلك فقد تكون هناك عوائق وعقبات في طريق الاتصال الشخصي ـ بأبعاده الحقيقية ـ بينهم وبين القرويين.

ويجب أن نسجل هنا ملاحظة مؤداها أن ليس هناك فصل تعسفي بين المشاركة في كل نمط من الأنماط الاتصالية، بمعنى أن الشخص قد يتلقى معلومات وأفكارًا من نمط جمعي ونمط شخصي في الوقت نفسه، وهو نمط يصف ذلك الشخص الذي يحصل على معلومات عن طريق مصادر جمعية لينقلها للناس بتأثير وفعالية وهو ما يطلقان عليه النمط ذو الخطوتين *Two- Step Flow of Communicatin* وهو نمط يتميز بوجود عنصر وسيط قد نطلق عليه قائد رأي *Opinion Leader* كما يفضل كاتز ولازارسفلد(١٥).

وترجع أهمية النمط الثالث إلى إدراكه للارتباط بين الاتصال والتأثير بمعنى أنه من المتوقع أن يمارس الاتصال تأثيرًا معينًا على الشخص داخل الأنساق الاجتماعية المتدرجة من حيث البناء أو الحجم.

وبالإضافة إلى التقسيم السابق لأشكال وأنماط الاتصال. فهناك تقسيمات أخرى لأشكال الاتصال بناء على معايير عديدة وضعها خبراء الاتصال منها على سبيل المثال لا الحصر:

تقسيم بناء على أسلوب تبادل الرسائل:

- الاتصال الشفوي.
- الاتصال المكتوب أو المطبوع.
- الاتصال المرئي.

تقسيم بناء على استخدام الرموز:

- الاتصال اللفظي أو اللغوي.
- الاتصال غير اللفظي.

تقسيم بناء على استخدام الحواس:

- الاتصال المسموع.
- الاتصال المرئي.
- الاتصال المرئي المسموع.

تقسيم بناء على وظائف الاتصال:

- الاتصال الاعلامي.
- الاتصال التعليمي.
- الاتصال الثقافي.
- الاتصال الإعلاني.
- الاتصال الترفيهي.

تقسيم بناء على مجالات الاستخدام:

- الاتصال في المجالات الاجتماعية.
- الاتصال في المجالات التعليمية.
- الاتصال في المجالات الإدارية.

وتثير التقسيمات السابقة ضرورة التفرقة بين عدد من الوظائف التي يقوم بها الاتصال في المجتمع، والتي تستخدم فيها الأشكال المختلفة للاتصال السابق ذكرها. والتي كثيرًا ما تتردد في كتابات ودراسات خبراء الاتصال.

- **الإعلام :**

ويلخص هذا المفهوم الوظيفة الأولى التي ساقها هارولد لازويل في تحديده لوظائف الاتصال في المجتمع والتي تتمثل في مراقبة البيئة والتعرف على الأخطار المحيطة بها وتمثل حاجة الفرد إلى معرفة كل ما يدور حوله من وقائع أو أحداث وشرحها وتفسيرها، والكشف عن نتائجها وتلبي هذه الوظيفة في نفس الوقت حاجة الفرد إلى المعلومات والمعارف واكتساب المهارات الجديدة التي تساعده على اتخاذ قراراته فيما يتعلق بالأمور العاجلة أو الآجلة، وكذلك حاجة الفرد إلى المعلومات والمعارف التي تلبي حاجته إلى الأمن والاستقرار من خلال الكشف عما يحيط به من مخاطر مباشرة أو غير مباشرة، بالإضافة إلى حاجته إلى دعم مكانته الاجتماعية، وتقدير الذات من خلال اكتساب المعارف التي تدعم دوره الاجتماعي، ومركزه بين الجماعة أو المجتمع.

وقد عرف الخبراء الإعلام بأنه تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعدهم على تكوين رأي عام صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرًا موضوعيًا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم، وميولهم.

ولذلك فإن أهم ما يميز وظيفة الإعلام هو الصدق حيث يستهدف الإعلام تقديم الحقائق المجردة وشرحها وتفسيرها بطريقة موضوعية. ويعتمد الإقناع فيها على تقديم الحقائق والعرض الموضوعي لها[١٦].

• الدعاية : *Propoganda*

ويعني لفظ الدعاية لأكثر من معنى، فهو من الناحية التاريخية يشير إلى ما يختص بعملية الترويج لأيدولوجية سياسية أو عقيدة دينية وهو ما تذهب إليه المنظمات السياسية والدينية لجذب أعضاء جدد في كثير من الأحيان، والدعاية تشير إلى عملية استخدام الأفكار واستمالة عواطف الناس فالدعاية تعتمد على استمالة العواطف كما تستخدم وسائل تكنيكية متعددة لتحقيق أهدافها[١٧].

ولا تتطلب الدعاية الاعتماد على الحقائق، وإن كانت تستهدف استمالة الجماهير إلى الأهداف أو الاتجاهات أو الآراء المقصودة، فهي تحاول التأثير في الميل السلوكي لهذه الجماهير بوسائل عديدة، منها مخاطبة العواطف، والغرائز، والمصالح، لتحقيق أهداف عادة ما يكون مشكوكًا فيها. ولذلك فهي لا تعتمد على الحقائق وحدها أو الاستمالات المنطقية، ولكنها تستخدم بجانبها الاستمالات العاطفية لتحقيق هذه الأهداف.

ولذلك فإنها تعرف بأنها مجموعة الجهود المخططة التي تستهدف التأثير في اتجاهات أو آراء الغير إلى الاتجاهات المؤيدة من خلال توظيف عدد من القوى الضاغطة على الفرد لتغيير آرائه، أو توجيه سلوكه في الاتجاهات المقصودة.

ولذلك فإنها تختلف عن الإعلام، في أن الإعلام هو التعبير الموضوعي عن الواقع الفعلي، بينما لا يشترط في الدعاية أن تخاطب هذا الواقع، بل يمكن أن تخلق واقعًا جديدًا من خلال التأثير في عقول وعواطف الجمهور[١٨]، يؤدي إلى التأثير في آرائهم أو اتجاهاتهم، ولذلك فإن الدعاية تحاول أن تصل إلى أهدافها بطرق أخرى غير التتابع المنطقي لعرض الأفكار أو الآراء، وهذا التتابع كان يمكن أن يصل إلى أهداف أخرى غير الأهداف الدعائية

ولذلك فإنه كثيرًا ما لايتم الكشف عن الأهداف الدعائية بصراحة ولفترة طويلة كان يتم الخلط بين مفهومي الدعاية والدعوة، إلا أن الممارسة الفعلية أثبتت التباين الواضح بين المفهومين، فالدعاية في سبيل الوصول إلى أهدافها يمكن أن تلجأ إلى تشويه الحقائق، وتزييف الوعي والمعرفة، أما الدعوة فهي تتجه إلى العقل في إعلانها عن المبادئ السامية والتعبير عن العقائد والأفكار، وتستهدف الإيمان بها بتقديم الحقائق والاعتماد على التواصل المنطقي في عرضها والإقناع بها، والتمسك بها.

ولذلك ارتبط مفهوم الدعوة بالحقائق الدينية، والأفكار الإصلاحية، التي تتجاوز مجرد تغيير الاتجاه، إلى التمسك بهذه الحقائق والأفكار ودعمها، واعتبارها مرشدًا للسلوك الإنساني ودليلاً لتقويمه[١٩].

• الإعلان: *Advertising*

وتعني عملية اتصال غير شخصي من خلال وسائل الاتصال العامة بواسطة معلنين يدفعون ثمنًا لتوصيل معلومات معينة إلى فئات من المستهلكين حيث يفصح المعلن عن شخصية الاعلان.

وإذا كان كل من الإعلام والدعاية والدعوة تعتبر جهودًا مقصودة وتعتمد فيما تعتمد على الجهود الشخصية، ويتم القيام بها دون مقابل مدفوع فإن الإعلان يعتبر جهودًا غير شخصية، ومدفوعة، لعرض الأفكار والآراء، وتفسيرها بجانب استخدامه بشكل واضح في الجهود الترويجية للسلع والمنتجات من خلال وسائل الاتصال المختلفة معتمدة في ذلك على استمالة العواطف والغرائز بالدرجة الأولى لتوجيه الأفراد إلى السلوك المؤيد أو المحابي للفكرة أو الرأي، أو المنتج والسلعة باعتبارها هدف المعلن من الاتصال الإعلاني[٢٠] .

المراجع المستخدمة

١. السيد عبد الحليم الزيات: التحديث السياسي في المجتمع المصري، مرجع سابق، ص:١٢٨.

2. Gerhard J. Hanneman, William J. Mcewen, Communication and Behavior, ADDISON – Wesley Publishing Company, 1975. P. 21.

٣. محمد عبد الحميد: الاتصال في مجالات الابداع الفني الجماهيري، عالم الكتب، ٢٠٠٠، ص:٢٣.

٤. محمود عوده: أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، مرجع سابق، ص:١١

٥. محمد عبد الحميد: الاتصال في مجالات الابداع الفني الجماهيري، مرجع سابق، ص:٢٨.

٦. المرجع السابق، ص: ٢٤.

٧. محمود عوده: اساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، مرجع سابق، ص:٢٤

8. Aloin Hancoke, Communication, op cit, P.2.

٩. زيدان عبد الباقي: وسائل واساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والاعلامية، مرجع سابق، ص:١٧.

٩. غريب محمد سيد أحمد، علم إجتماع الإتصال والإعلام، مرجع سابق، ص:٢٦.

١٠. هالة منصور، الإتصال الفعال، مرجع سابق ص: ٥٨ ـ ٧٠.

١١. تأليف د.ح فوسكت، ترجمة: احمد عبد الله عبد القادر، سبل الاتصال، الرياض، مطبوعات مكتبة الملك فهد الوطنية،السلسلة الثانية(١١) ١٩٩٣، ص: ٢٤.

١٢. محمود عوده: اساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، مرجع سابق، ص: ٢٤.

١٣. زيدان عبد الباقي، وسائل وأساليب الإتصال في المجالات الإجتماعية والتربوية والإعلامية، مرجع سابق، ص:١٧.

١٤. جمال مجدي حسين: أسس علم الاجتماع، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، بدون ذكر سنة النشر، ص: ٩١.

١٥. محمود عودة، الإتصال وأساليب التغيير الإحتماعي، مرجع سابق، ص: ٢٧.

١٦. محمد عبد الحميد: الاتصالات في مجالات الابداع الفني الجماهيري، مرجع سابق، ص: ٣٦.

١٧. السيد حنفي عوض: العلاقات العامة، الاتجاهات النظرية والمجالات التطبيقية، دار المعارف، ١٩٨٣، ص: ٥٠.

١٨. المرجع قبل السابق، ص: ٤٠.

١٩. السيد حنفي عوض: العلاقات العامة، الإتجاهات النظرية والمجالات التطبيقية، مرجع سابق، ص: ٤٦.

٢٠. محمد عبد الحميد: الاتصال في مجالات الابداع الفني الجماهيري، مرجع سابق، ص: ٤٠.

الفصل الخامس

من النظريات العلمية التي يعتمد

عليها الاتصال

أولاً: نظرية التبادل.

ثانيًا: نظرية التفاعل.

ثالثًا: نظرية اتخاذ القرار.

رابعاً: نظرية الأنساق.

الخدمة الاجتماعية مهنه تلقي بثقلها في تنمية الموارد الإنسانية عن طريق تدعيم وتقوية حياة السكان والعمل على تحسين أحوالهم من خلال الإسهام في عمليات التنمية المحلية(١).

والأخصائي الاجتماعي من خلال تواجده في المؤسسات التي تعمل على تنمية المجتمع يقوم بالعديد من العمليات التي تهدف التفاعل بين المواطنين وزيادة الاتصال بينهم وتنسيق جهودهم وحثهم على التضامن والمثابرة واكتساب البصيرة الاجتماعية والقدرة على تحمل المسئولية مما يساعد على أداء الأدوار الملائمة لتنمية مجتمعهم ولإنجاز الأهداف المشتركة(٢) من خلال التفاعل الحقيقي من جماعات وقيادات المجتمع في تكوين الأهداف معبرة عن آمالهم وطموحاتهم بذلك المجتمع(٣).

وتتكون القاعدة العلمية للخدمة الاجتماعية بصفة عامة كما أشار إليها ليونارد Pater leunard في كتابه علم الاجتماع في الخدمة الاجتماعية عام ١٩٦٦ إلى أن هذه القاعدة تعتمد على مجموعة من المعارف تتسق مع الممارسة الميدانية وبالتالي فهي تهتم باستخدام المعرفة أكثر من اهتمامها بالمعرفة في حد ذاتها. حيث تستخدم الخدمة الاجتماعية قاعدتها النظرية ومجموعة النظريات المستخدمة من العلوم الأخرى لتنقيع الممارسة كي تصبح أكثر فاعلية في تحقيق الاهداف المهنية(٤).

وعلى ذلك فأن الممارسة الميدانية في الخدمة الاجتماعية بصفة عامة وطريقة تنظيم المجتمع بوجه خاص هي التي تحدد مضمون القاعدة العلمية كما أنها توجه مسار البحوث سعيًا وراء معرفة جديدة.

لذلك فالنظريات العلمية التي تعتمد عليها طريقة تنظيم المجتمع تتسم بما يلي:

١. أن هذه النظريات مستمدة من العلوم الأخرى فلا يوجد علم معين ترتكز عليه هذه الطريقة.
٢. أن انتقاء النظريات العلمية تتم في ضوء متطلبات الممارسة الميدانية والاهداف التي تسعى إليها المهنة وطرقها.
٣. أن اعتماد الخدمة الاجتماعية بصفة عامة وطريقة تنظيم المجتمع بصفة خاصة على بعض النظريات المستعارة من علوم أخرى لا يجعلنا ننظر إلى المهنة كمهنة ضعيفة بل يعتبر ذلك من نواحي القوى في المهنة لأنها تتضمن للمهنة وطرقها قاعدة علمية متنوعة ومتسعة على أن يستتبع ذلك الإهتمام بالبحث العلمي للحصول على المعلومات التي ترى المهنة أهميتها لمتطلبات الممارسة(٥).

وعن الوظائف الأساسية للنظريات التي تعتمد عليها طريقة تنظيم المجتمع:

١. توجيه البحث الامبريقي حيث تلعب النظرية دورًا هامًا في هذا الصدد، حيث يمكن اشتقاق الفروض الموجهة للممارسة من بناء النظرية كامتداد منطقي لتعميمها ويعتبر كم الفروض التي يمكن اشتقاقها من بناء النظرية مقياسًا يضمنها بحيث أنه إذا امكن التثبت من الفروض من خلال التجربة أو الممارسة في عدد كبير من المواقف فإن هذه النظرية يمكنها أن تعين الممارس في تفسير الواقع وتحليلة توجيهًا عامًا للنظرية.
٢. تعمل النظرية على وحيث الواقع وتحليله ويؤكد بارسونز على ذلك بقولة «يجب أن يكون الوصف كفء «Adeguate وحاسم في دلالاته Detemenate وعلى ذلك يمكن الاستفادة منه بدرجة أكبر.

٣. تعمل النظريات على تنظيم المعرفة الأمبريقية في شكل إطارات نظرية وتوجه الاهتمام نحو التغيرات أو الفجوات القائمة في بناء المعرفة بما يمكن الباحث من دراستها وتحليلها والتعرف على أسباب هذه الفجوات.

٤. تفيد النظريات العلمية في عملية تفسير المشكلات المختلفة التي يتم دراستها في إطار مهنة الخدمة الاجتماعية والعمل على إيجاد العلاقات بين المتغيرات الخاصة بالممارسة «مثل العلاقات بين المشارك والاغتراب عن المجتمع المحلي والعلاقة بين الانتماء ومعدلات الجريمة.

٥. لا تقتصر النظريات العلمية فقط على التفسير وإنما تساعد الممارس على التنبؤ بالمستقبل فلما يتعلق بموضوع ما[٦].

أولاً: نظرية التبادل:

منذ بداية ظهور المهنة فإن الأخصائيون الإجتماعيون يهتمون بالسلوك الإنساني وعلاقته بالمجتمع ومن الرواد الأوائل في ذلك «ميرى ريتشموند» حيث أوضحت أهمية الطبيعة النفسية الإجتماعية للفرد في بيئته وكقاعدة في جميع وظائف الخدمة الإجتماعية فلابد أن يكون هناك إعتقاد أنه يمكن إحداث تغير جوهري في الناس والمجتمع وذلك عن طريق التفاعل والتبادل المشترك.

ولقد جاءت نظرية التبادل أو النظرية التبادلية كأحد المنظورات البارزة في علم الإجتماع ساهمت من خلال التراث السلوكي في علم الإجتماع أو التراث المنفعي في النظرية الإقتصادية(٧).

ومن أوجه الإستفادة في هذه النظرية النقاط الآتية:

- تسهم هذه النظرية في بلورة أهداف محددة للتنظيم الإجتماعي للتعامل مع السلوك الإجتماعي لأفراد المجتمع ومحاولة توظيف هذا السلوك من خلال عمليات تبادلية هادفة.
- أن يدرك المنظم الإجتماعي أنه يجب أن يبدأ من أهداف واضحة محددة وأن يقيم علاقات مباشرة لضمان نجاح عملية التبادل بين المنظمات وأن يحاول أثناء التدخل المهني مع المنظمات إيجاد العدالة الإجتماعية في توزيع العائد بينهم.

ثانيًا: نظرية التفاعل:

تقوم هذه النظرية على فهم للعلاقات الإجتماعية وما تحققه من إشباع للحاجات النفسية والإجتماعية وتستمد خلفيتها من الدراسات العلمية التي أجريت على الجماعات الصغيرة سواء في علم النفس الإجتماعي أو علم الإجتماع[٨] ويمكن تحديد مفهوم التفاعل عن طريق العمل الجماعي والإعتماد المتبادل بين الأفراد في قضايا العمل وأن إستمرار الإتصال في مجرى التفاعل يكون أساسا للإتفاق في فهم واضح في المعرفة والكفاءة المشتركة[٩].

والتأكيد على هذه المحاور المشتركة ذات أهمية كبيرة حيث أنه كثيرا ما يطلق على التفاعل مفهوم علاقات المواجهة وهذا إتجاه يحاول أن يصور الإحتمالات المكنة التي تواجه عملية التفاعل بين الأفراد وخاصة فيما يتعلق بتكوين الذات وعلى المشاركين في هذه العملية أن يعيدوا النظر في مدى ملائمة المعايير والقيم التي يعتقدونها لكي يستطيعوا التكيف والتوافق مع مواقف التفاعل[١٠].

ومن أوجه الإستفادة من هذه النظرية في طريقة تنظيم المجتمع الآتي:

- أن يعمل المنظم الإجتماعي على توعية المنظمات بأن تساندها الوظيفي وتفاعلها مع بعضها سوف يؤدي في النهاية إلى تحقيق أهدافها لأن المنظمات إذا لم تدرك صلة العمل الجماعي لتحقيق أهدافها في النهاية فإنها لن تسعى إلى المشاركة فيه وفقًا لنظرية التفاعل.
- يدرك المنظم الإجتماعي أن التفاعل يتضمن أكثر من شكل (التعاون - التنافس - التوافق - الصراع) وبالتالي فهو يحاول التحكم في التغيرات السابقة وتطوير العوامل الإيجابية في التفاعل الإجتماعي[١١].

ثالثاً: نظرية اتخاذ القرار:

تعددت الكثير من الدراسات والبحوث التي تناولت عملية إتخاذ القرار من منطلق إرتباطه بالعديد من المفاهيم الأخرى حيث إرتبط بظواهر مثل القيادة وإرتباطها بدافعية العمل والإنتاج. ومن هنا جاءت أهمية دراسته وبحث عملياته(١٢) والمتتبع لغالبية التعاريف التي تعني بلفظ القرار أو القطع أو الفصل وذلك يعني تغليب أحد الجانبين على الآخر أي يقطع الفرد العملية العقلية الخاصة بالموازنة بين الجانبين مع بعضهما أو من جميع الزوايا ومن ذلك فإن إتخاذ القرار هو بالدرجة الأولى عملية عقلانية رشيدة تتبلور في عمليات فرعية وهي البحث Research والمفاضلة أو المقارنة Labor Comparisonnent والإختيار Choice (١٣) كما جاءت عملية إتخاذ القرار في التخطيط الإجتماعي باعتباره عملية إختيار بين مجموعة الخطط والبرامج والمشروعات للوصول إلى قرار رشيد لتحديد أفضلية مشروع على الآخر لتحقيق الهدف بسبب إمكانات المجتمع كما يعتبر إحدى وسائل تشجيع عملية المشاركة في تنمية المجتمع المحلي من خلال المشاركة في عملية إتخاذ القرار بصدد برامج منظمات المجتمع المحلي(١٤).

ويمكن تحديد مجموعة من المؤشرات التي تساعد على وضع المستوى الملائم الذي يحتاجه القرار وهي:

١. وضوح الرؤية(١٥) وذلك بمعنى توافر البيانات والمعلومات الكافية عن المشكلة المراد إتخاذ القرار بشأنها ويتحدد في ذلك خصائص معينة يلزم توافرها وهي:

- أن يكون واضحا.
- أن يكون واقعيا.

- أن يكون قابلا للتنفيذ.
- أن يكون ناتج عنه مكاسب مادية أو معنوية داخل التنظيم.
- أن يكون ملتزما بتوقيت محدد.
- أن يتسم بالبساطة.
- أن يراعي الجوانب الإنسانية في إطار العمل.
- يكون قابلا للمتابعة والتقويم(١٦).

٢. يتصدى لاتخاذ القرار شخص مناسب من حيث التخصص والخبرة والمهارة.
٣. يعمل على إتباع أساليب المشاركة في إتخاذ القرارات ما أمكن ذلك.
٤. استخدام الحاسبات الآلية في تخزين المعلومات في المؤسسات كبيرة الحجم أو ذات الوظائف المتعددة للإستفادة منها في إتخاذ القرارات لتحقيق المشاركة مع التغلب على التحيز وإستفادة أكبر من الوقت والجهد(١٧).

ويمكن للمنظم الإجتماعي أن يقوم بتوظيف هذه النظرية كالآتي:

١. يقوم المنظم الإجتماعي بتقدير الموقف الذي يتعامل معه *Assessment* ليدرك الجوانب التي يتعامل معها.
٢. يقوم المنظم بتحليل هذه الجوانب أم يتطلب التدخل من سلطة عليا وهل تترتب على حل هذه المشكلة مشكلات أخرى؟
٣. يعمل المنظم الإجتماعي على وضع خطة للتدخل المهني قابلة للتنفيذ وأن تكون واقعية وواضحة وملتزمة بإمكانات المجتمع ومتفقة مع قيم المجتمع وأهدافه وينتج عن تنفيذها إشباع إحتياجات المجتمع.
٤. يتم التدخل المهني لمواجهة المشكلة بالتعاون مع القيادات الشعبية الطبيعية والتنفيذية مع المجتمع.

٥. أن تتم عملية التقويم للتأكد من مواجهة المشكلة والجهود المستقبلية التي يمكن أن تبذل بالمجتمع.

٦. وفي إطار ذلك فإنه على المنظم الإجتماعي أن يدرك أن القرار الذي يتخذ في المنظمات يمكن أن ينقسم إلى:

أ. قرارات تتعلق بإنشاء المنظمة *Goal-Attainment* وهي ترتبط بالمتطلبات الوظيفية أو كما يسميها البعض بالمشكلات الوظيفية، وتكون هي الشغل الشاغل للمنظم إذن فإن بناء المنظمة مرهون بقدرتها على الوفاء بتلك المتطلبات.

ب. قرارات تتعلق بمواجهة الاحتياجات الداخلية للمنظمة نفسها وإستخدام الموارد لتحقيق أهداف المنظمة كالحاجة إلى وجود تماسك داخلي *Interpation* والحاجة إلى قواعد ترسم الحدود المميزة للمنظمة عن غيرها والمحافظة على تلك القواعد والحدود *Bondary-Maintenance* والحاجة إلى ضمان علاقة توافقية مع البيئة المحيطة بالمؤسسة[١٨].

وحيث يلعب العنصر البشري في التنظيم دورا هاما في تحقيق أهداف التنظيم وتحدد أهمية ذلك، في أن الحياة التنظيمية تتوقف على الدور المتوقع من الفرد وإتجاهاته المتوقعة وعلى تحقيق الهدف أو أهداف التنظيم بكفاءة[١٩].

ومن الملاحظ أن دور النظرية في ممارسة الخدمة الإجتماعية يعتبر مماثلا لذلك الخاص بالمساعدة المهنية للمهن الأخرى، حيث أنه من الصعب أن نجد إجماع عن ممارسات العديد من الأنساق النظرية ويأتي ذلك من المنظورات المختلفة وأوجه الإختلاف عن نظرية دون الأخرى.

ولقد سعى الإخصائيون الإجتماعيون إلى التوصل إلى نوع من النظرية يخدم أهداف الممارسة حيث أن للخدمة الإجتماعية إعتراف كلي بأن تكون كل مكونات الواقع الإجتماعي جزء من النظرية وذلك يعتبر هاما وذو معنى أو مدلول للخدمة الإجتماعية[٢٠].

ولقد حدد «أندرسون» وظائف نظرية الممارسة من خلال النقاط الآتية:

- يتنبأ بعائد التدخل المهني ومن ثم فإنها توجه الإختيار الحكيم بين بدائل العمل المباشر المتاحة.
- تساهم في تقييم عائد التدخل المهني وزيادة فعالية برامجه.
- تحديد المتغيرات المؤثرة على الواقع والذي يتعامل معه الأخصائي وكيفية تقديرها والتعامل معها.
- تسمح بالتوصل إلى توقعات عن برامج تدخل مهني جديدة وعن طبيعة العلاقات بين المتغيرات في مواقف العمل المستحدثة.
- عند تطبيق نظريات الممارسة تكشف المارسة عن الفجوة بين النظرية والتطبيق وكما تحدد إستخدام النظريات الممارسة العناصر المشتركة بين عدة نظريات والتي يتعامل كل منها مع موقف فريد بالذات.
- كما أن خضوع نظريات الممارسة للإختيار قد يساهم في تحليل وتفهم نظريات أخرى تلجأ إليها الخدمة الإجتماعية.

وبذلك تتعدد أوجه الإستفادة من نظريات الممارسة ويخلق ذلك تحدي هام للخدمة الإجتماعية للإستمرار في تحديد أو تمييز للعملية التي بموجبها تبرز النظرية الجديدة وحينما تكون أكثر تمييزا لصياغة المفاهيم المتوافقة للمعرفة العلمية المبكرة ومن المحتمل أن قائمة الأنساق النظرية للخدمة الإجتماعية المتميزة في المستقبل سوف تضيف إلى شبكة العمل العلاج المركز

على المشكلة Problem Focused Theory الجوهرية أو الجذرية Redical والصراع المبني على الإستدلال (أو الإستنتاج ـ التفسير Conflict Construction وإعادة البناء أو إعادة التنظيم، والتمكين (التفويض أو المساعدة) فيما بين آخرين، وكما إنبثقت من قضية النسيج الواضح لتصنيف النظرية لممارسة الخدمة الإجتماعية صياغة عملية التدخل على نطاق واسع أم ضيق والطرق المتنوعة ضمن هذه التدخلات[٢١] وإستنادا إلى ذلك فإنه على الخدمة الإجتماعية التحرك بطريقة حاسمة في كل من التنمية الإقتصادية والإجتماعية وجدوى الممارسة تكون في طبيعة التوجيه في الممارسة الحالية والإتجاه نحو البحث في المستقبل مرتكزا على قيم ومعارف وطرق حديثة للمهنة[٢٢].

رابعاً: نظرية الأنساق:

ومن أشهر من تحدثوا عنها هو بارسونز *Parsons* في كتابه عن النسق الاجتماعي حيث عرف النسق الاجتماعي بأنه مجموعة من الأفراد المدفوعين بميل إلى الإشباع الأمثل لاحتياجاتهم أما العلاقة السائدة بين أفراد هذه المجموعة فيتحدد طبقا لنسق من الأنماط المركبة والمشتركة ثقافيا [٢٣].

ولهذه النظرية مفاهيم أساسية ومنها:

- التكامل التساند بين الوحدات وبعضها البعض.
- إنجاز الهدف أو إشباع متطلبات وحدات النسق.
- الارتباط بالبيئة لتحقيق الأهداف.
- التوتر وعدم تكامل الوحدات[٢٤].

وفي السعي نحو إحداث التغير الاجتماعي والتصدي لعلاج المشكلات المجتمعية الناتجة عن التصدع في التنظيم الاجتماعي[٢٥].

وهناك متطلبات وظيفية *Functional* وهي تشير إلى الأشياء التي يحتاجها نسق المجتمع لكي تستمر ويبقى واستخدمت الحروف *A,G,I,L* للإشارة إلى وجهة النظر:

A التكيف *Adaptation* — G إنجاز الهدف *Goal Attainment*

I التكامل *Intergration* — L الكمون *Latency*

وإذا لم يستطيع النسق الاجتماعي توفير ما يحتاجه لإنجاز هذه الوظائف فلا يستطيع أن يبقى أو يستمر على حد تعبير بارسونز [٢٦].

ويؤيد ذلك ضمن ما عرضه مارفن أولسن لعرضه بعض المتطلبات الوظيفية من ناحية ما تحتاجه من المؤسسات لكي تستمر أو حتى يتحقق لها الاستمرارية من خلال توافر الآتي:

- استمرار العنصر البشري.
- توفير التدريب وبث القيم المؤسسية في العاملين.
- تنظيم العلاقات بين مختلف الأقسام وتنمية التفاعل.
- إيجاد وسائل ملائمة لاتخاذ القرارات والعمل على توسيع نطاق الاتصال والتفاعل بين الأعضاء وتقسيمات المؤسسة.
- تحديد الأدوار الاجتماعية التي يقوم بها العاملين وتعريف كل منهم بدوره ومسئولياته.
- التنسيق بين مختلف الأنشطة التنظيمية للمساعدة على تحقيق أهداف المؤسسة.
- خلق قنوات أو وسائل يمكن بها حل النزاع الذي قد ينشأ بداخل المؤسسة.
- التسهيل الممكن لحصول العاملين على فوائد نتيجة تحقيق أهداف ملموسة.
- التحكم في السلوك المنحرف الذي قد يقترفه بعض أعضاء المؤسسة.
- إيجاد قواعد ومعايير اجتماعية مشتركة أو متناسقة.
- الحصول على الموارد اللازمة من البيئة [٢٧].

واستناداً إلى ذلك تظهر أهمية عملية التكامل والترابط بين أجزائه ومن هذه الوظائف قد تكون ظاهرة *Mentifest Function* لأي عنصر من عناصر المجتمع وهي النتائج والآثار المعترف بها والمقصودة بمعرفة سكان المجتمع، كما أنه من ناحية أخرى توجد وظائف أخرى كامنة *Latent Funtional* وهي الآثار الغير مقصودة والغير معترف بها وفي ذلك تأثير بملاحظات «ميرتون» في أنه ليس من الضروري أن يكون كل عنصر مفيدا بهذا المعنى فأي نمط اجتماعي قد يكون معوقا وظيفيا في أحيان أخرى[٢٨].

وفي ذلك يجمع علماء الاجتماع أصحاب الاتجاه البنائي الوظيفي على أن هناك نوعين من الأنساق هي:

- النسق المغلق : *Closed System*

وهو الذي يستقبل مدخلات من داخله كالأنساق الفيزيقية الطبيعية وهذا ما أكدته النظريات التنظيمية التقليدية حيث كانت تنظر إلى المؤسسة على أنها نسق مغلق وأن الإهتمام يتركز على الوظائف الداخلية دون الإهتمام بالقوى الخارجية وبعملية التغذية العكسية في المنظمات والذي أكدته نظريات الإدارة التقليدية التي كانت تنادي بعدم تأثر المؤسسة بالبيئة لاعتبارها كيانا مستقلا (نسق مغلق) ولقد ثبت خطأ هذه النظرية وعالجتها الإدارة الحديثة في إعتبار أن المؤسسة نسق مفتوح فرعي بينه وبين البيئة الخارجية علاقة متبادلة.

- النسق المفتوح : *Open System*

وهو الذي يستقبل من خارجه مدخلات (الطاقة، الموارد) وفق إحتياجاته وحدوده وفي هذا الصدد يجب تدعيمه من البيئة الخارجية ويتميز بعملية التغذية العكسية وبذلك يؤمن توزانه وتكيفه الخارجي[٢٩].

ويتكون النسق المفتوح من ثلاثة أجزاء رئيسية ترتبط فيما بينها ولكل منها أهمية خاصة في حركة النسق الكلي:

– المدخلات: هي الطاقة التي يجلبها النسق من البيئة التي يوجد فيها وهي تتنوع وتختلف بحسب طبيعة النسق والأهداف التي يسعى إليها والأنشطة التي يختص بالقيام بها ويمكن تقسيمها إلى قسمين الأول: وهي المدخلات التي يسعى النسق إلى الحصول عليها بسبب حاجته إليها ومن هنا يختص بعض الأعضاء بالبحث عنها وتدبير توافرها بانتظام وإستمرار ومن

أمثلتها الإمكانات البشرية والمادية والمعلومات وأنواع الخبرة والمعرفة التي يسعى النسق إلى تواجدها وتأمين توافرها نظرا لضرورتها وأهميتها للنسق واستمرار وجوده[٣٠]. كما أنها تستطيع أن تحجب عنه الإمكانيات والموارد الضرورية لبقائه وفعاليته[٣١]. والنوع الثاني من المدخلات فهي التي تشتمل على أنواع التغيرات في الظروف والأوضاع المحيطة بالنسق الذي يواجه التكيف معها وإدماجها ضمن عملياته[٣٢].

وهذا يوضح أهمية عنصري الطاقة والموارد اللازمة فهي التي تقوم بتحويلها Trough Puts إلى مخرجات Out Puts ولابد أن تكون المدخلات أكثر من المخرجات حيث يتبقى للنسق جزء من المدخلات التي تساعد على البقاء والإستمرار وذلك لتحقيق أهدافه[٣٣] ويرتبط ذلك بأداء الدور المناسب الناجح المرتبط بالإشباع النفسي (الموافقة — التقدير — الأمن) وبالإشباع المؤسسي (أي توفير وسائل لإنجاح الأهداف العامة التي يتضمنها نسق العملية المركزية) وهذه الإشباعات هي الوسيلة التي توفرها البواعث وتتمثل في المكافآت المادية وغير المادية التي تدفع الأفراد إلى أداء أدوارهم التنظيمية[٣٤].

المراجع المستخدمة

١. على الدين السيد: محمد شريف خضر: مقدمة الخدمة الاجتماعية، مكتبة سعيد للطباعة، ١٩٨٤، ص: ٤٨٤.

٢. ماهر أبو المعاطي: الخدمة الاجتماعية والادارة المحلية، نظريات وممارسات ميدانية، ط٢، الفيوم، مركز الصفوة، ١٩٩٧، ص: ٣٢٣.

٣. إبراهيم عبد الرحمن رجب: أساسيات تنظيم المجتمع، ١٩٩٠، ص: ٢٩.

٤. عبد الحليم رضا عبد العال: الخدمة الاجتماعية المعاصرة، القاهرة، دار النهضة العربية، ١٩٩٠، ص: ١٢٦.

٥. رشاد أحمد عبد اللطيف: نماذج ومهارات طريقة تنظيم المجتمع، والخدمة الاجتماعية، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعي، ١٩٩٩، ص: ٢.

٦. عبد الحليم رضا عبد العال: الخدمة الاجتماعية المعاصرة، مرجع سابق، ص: ١٣٦.

٧. عدلي أبو طاحون: النظريات الاجتماعية المعاصرة، الاسكندرية، المكتبة الجامعي الحديث، بدون ذكر سنة النشر، ص: ٤١١.

٨. أحمد مصطفى خاطر: طريقة الخدمة الاجتماعية في تنظيم المجتمع، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ١٩٩٤، ص: ٣٦.

9. *Barry Barnes, the Elementsay Social Theory, LCL, London, 1995, P.85.*

١٠. محمد عاطف غيث: الموقف النظري في علم الاجتماع المعاصر، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٠، ص:١١٦.

١١. رشاد أحمد عبد اللطيف: نماذج ومهارات في تنظيم المجتمع، مرجع سابق، ص:٩.

12. Fred Luthans, organizational Behavior, 3rd. Ed, Mc Graw Hill International Book cmpany, 1981, P.126.

١٣. علي السلمي: السلوك التنظيمي، القاهرة، دار الكتاب الجامعي، ١٩٨٦، ص:٢١٢.

14. Alen Walker, Astrategy for Socialist weljare, Basil Blackwell, 1989, P.234.

١٥. أحمد مصطفى خاطر: الادارة وتقويم مشروعات الرعاية الاجتماعية، مرجع سابق، ص:١٣٨.

١٦. رشاد أحمد عبد اللطيف: نماذج ومهارات تنظيم المجتمع، مرجع سابق، ص:٧٢.

١٧. أحمد مصطفى خاطر: الادارة وتقويم مشروعات الرعاية الاجتماعية، مرجع سابق، ص:١٣٨.

١٨. رشاد أحمد عبد اللطيف: نماذج ومهارات تنظيم المجتمع، مرجع سابق، ص:٧٤.

19. Malcolm payre, Modern Social work, Theory Acritical Introduction, London, Macamillan Gducation, 1991, P.235.

20. Francis Turner, Social work practice, Encyclopedia of Social work, 1995,P.2260.

21. Francis Tuner-Social work practice, opcite, P.2260.

22. Maria, Oneil, Social work, Journal the National Association of Social worker's, Septembers, 1996, P.485.

٢٣. نيقولا تيماشيف، ترجمة ممحمود عودة وآخرون، نظرية علم الإجتماع، ١٩٨٣، ص: ٣٢١.

٢٤. رشاد أحمد عبد اللطيف، نماذج ومهارات ممارسة طريقة تنظيم المجتمع، مرجع سابق، ص ١٠٧.

٢٥. سوسن عثمان، عبد الخالق عفيفي، تنظيم المجتمع، أجهزة الممارسة المهنية، القاهرة، ١٩٩٧، ص ٤٧.

٢٦. عبد الله عبد الرحمن، علم إجتماع التنظيم، الأسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٧٨، ص: ٢٢٥.

٢٧. محمد محمود الجوهري، دراسة علم الإجتماع، القاهرة، دار المعرف، ١٩٨٢، ص: ٢٦٧.

٢٨. هانير موسى، البعد الإجتماعي، نظرة تاريخية عالمية ، ترجمة وتقديم السيد الحسيني وآخرون، سلسلة علم الإجتماع المعاصر، الكتاب السادس والثلاثون، ط١، ١٩٨٠، ص: ٢١٣.

٢٩. رشاد أحمد عبد اللطيف، نماذج ومهارات طريقة تنظيم المجتمع، مرجع سابق، ص: ١٠٩.

٣٠. سمير نعيم، النظرية الإجتماعية، القاهرة، دار المعارف، ١٩٧٩، ص: ٧٨.

٣١. محمد على محمد، الأسس الإجتماعية للتنظيم والإدارة، دراسة نظرية وتطبيقية، الأسكندرية، دار الجامعات المصرية، ١٩٧٨، ص: ٢٤٢.

٣٢. المرجع قبل السابق، ص:٧٩.

٣٣. كمال أغا، المجلس المحلي، نقد لتنمية الريف، مقال في المؤتمر الدولي للإحصاءات والحسابات المالية والبحوث الإجتماعية والسكانية، القاهرة، عين شمس، ١٩٨٠، ص:٢٨١.

الفصل السادس

الاتصال والرأي العام

أولاً تاريخ الرأي العام.

ثانياً تحليل مفهوم الرأي العام.

ثالثاً مقومات الرأي العام.

رابعاً وسائل الاتصال والرأي العام.

خامساً أنواع الرأي العام.

سادساً قياس الرأي العام.

سابعاً طرق قياس الرأي العام.

ثامناً مشكلات قياس الرأي العام.

تاسعًا معايير أساسية لنجاح قياس الرأي العام.

أولاً: تاريخ الرأي العام:

تعتبر الدراسات المتعلقة بدراسة الرأي العام كظاهرة من الظواهر المؤثرة في المجتمع، من أهم الدراسات في هذا العصر، وذلك لما وصل إليه العلم الحديث من تقدم وتطور مذهل في وسائل الاتصال بصفة عامة، ووسائل الاعلام بصفة خاصة، مما جعل العالم أصبح يطلق عليه ـ وبحق ـ أنه قرية صغيرة، حيث أصبح من في أقصاها يستطيع أن يرى ويسمع ما في أقصاها من الجانب الآخر من أحداث وأخبار في ذات وقت حدوثها، بوضوح تام.

وقد أدى هذا التقدم في وسائل الاتصال، وبالتالي في وسائل الاعلام إلى الاهتمام بالقضايا التي تؤدي إلى تحريك الرأي العام وظهوره في مختلف المجتمعات، وحول مختلف المشكلات والقضايا، من كبيرها إلى صغيرها.

وليس معنى الاهتمام بدراسات الرأي العام في هذا العصر، وظهوره أو بروزه كظاهرة مؤثرة في المجتمعات الحديثة، أن الرأي العام وليد هذا العصر، وإنما يرجع تاريخ ظاهرة الرأي العام من حيث كونها ظاهرة موجودة بالفعل، إلى المجتمعات القديمة.

فقد عرف اليونان مفاهيم قريبة من الرأي العام، كالاتفاق العام والاتجاهات السائدة، ويقسم أرسطو المستمعين، وهم الذين يكونون الرأي العام في عصره، حسب السن إلى شباب ورجال وكبار السن، ثم يقسمهم حسب ما يسميه ظروف الحظ، وهي الأصل والثروة والقوة، ولكل من هذه خواصها.

ولم تكن الحضارة اليونانية وحدها هي التي عرفت الرأي العام، وإنما عرفتها الحضارات على مختلف العصور. «فقد كان جهود الدعاة في الحضارات القديمة تنصب على اشاعة الطاعة بين الناس، ومن هنا جاءت سياسة اضفاء العظمة على الحكام، كما نشهدها، في الآثار والفنون والآداب، وكما نراها على

واجهة المعابد وأوراق البردي، واللوحات الحجرية والتماثيل الفنية، وقصائد الشعر والملاحم وغيرها، وفي جميع الأزمان حاول السياسي أو الحاكم أن يدعم من تعلق الناس به».

وفي العصر المسيحي أيضًا ظهرت عبارة الاتفاق العام، والاجماع العام، وهي مبنية على فكرة الشعور الجماعي التي كان يستخدمها أنصار البابا وخصومهم، أنصار الامبراطور للتعبير عن التقاليد السائدة والاتجاهات العامة للرأي في المناطق المختلفة المتنازع عليه».

أما في العصر الإسلامي فقد كان الرأي العام واضحا جليا، خاصة في العصر المدني، من حياة الرسول (ﷺ) ، حيث تكونت أول دولة إسلامية في صورة متكاملة، فقد أرسى الرسول (ﷺ) دعائم الحرية في هذا المجتمع، مما جعل الرأي العام يؤدي وظائفه بفعالية.

فقد عود النبي (ﷺ) أصحابه حرية الرأي، وحرية المناقشة وهذه دعائم وجود الرأي العام الحر السليم في المجتمع، حيث كان يشاورهم ويأخذ برأيهم، ومن ذلك ما حدث في أدق المواقف في غزوة بدر وغزوة الأحزاب وكثير من الأمور التي علمهم فيها حرية ابداء الرأي، وأرسى بذلك دعائم بناء الرأي العام القوي والحر، المعبر عن المجتمع بصورة صادقة.

وقد سمي الرأي العام بعد عصر النبي (ﷺ) بالإجماع، وهو كما ذكر علماء الفقه اتفاق أهل الحل والعقد، على أمر من الأمور الشرعية، أو العقلية أو العرفية، والمراد بالاتفاق، الاشتراك في القول أو الفعل أو الاعتقاد، وأهل الحل والعقد هم العلماء والمجتهدون في العلم والعمل به، على اختلاف فروع العلم طالما كان هذا العلم نافعا للبشرية، وقادة الرأي هم أهل الخبرة المجتهدون فيها، لأنهم بخبرتهم واجتهادهم في كل ناحية من نواحي تخصصهم أعلم ممن

سواهم بالصالح للأمة، فإذا نبع الرأي منهم، وكانوا قادته، صار من المحقق مع الاخلاص وحسن النية الوصول إلى رأي عام قوي سليم، يجب اتباعه والسير على ضوئه، ولهذا آضفى الرأي العام كل التقدير والعناية بقوله (ﷺ): «لا تجتمع أمتي على ضلالة».

ولما كان الطريق الموصل إلى الاجماع هو تبادل الآراء حول الأمور والمشكلات المختلفة، فقد أخذ الإسلام بنظام الشورى، التي هي أبهى صور الرأي العام، المدرسة الجامعة التي تساعد على أنماء الشخصية، وتربية ملكة التفكير السليم، واحترام الانسان لنفسه ولآراء غيره، وخضوعه للحق، قال تعالى في وصف المؤمنين: ﴿وأمرهم شورى بينهم﴾.

وقال تعالى يعلم نبيه (ﷺ) وأمته هذا المبدأ العظيم:

﴿ وشاورهم في الأمر فإذا عزمت فتوكل على الله أن الله يحب المتوكلين﴾

والآيات تحث على ضرورة إعداد جماعة أو طائفة تتولى التفكر والتشاور، بصفة خاصة، ثم التشاور بصفة عامة بين كل المؤمنين، وذلك؛ تمهيدا لوجود رأي عام عالمي، كما تمارس هذه الطوائف دورها على المستوى المحلي في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وذلك للمحافظة على كيان المجتمع الإسلامي وتجميع الرأي العام من أجل كل ما من شأنه صالح المسلمين، ومن أجل مقاومة كل خروج على ما استقر عليه المجتمع الإسلامي.

وقد عرف الأمويون والعباسيون فنون التأثير في الرأي العام، وأسموها بالسياسة، وعلى سبيل المثال لا يذكر معاوية، الا وتذكر معه عبارته الشهيرة «لو كان بيني وبين الناس شعرة لما انقطعت، فإذا أرخوها شددتها، وإذا شدوها أرخيتها.

«أما في أقطار العالم الإسلامي الحديث، فقد كان علماء الدين في مصر وغيرها ينظرون إلى أنفسهم إلى عهد غير بعيد - وينظر الشعب إليهم - على أنهم نوابه، والمتحدثون بلسانه، والزائدون عن حقوقه، بل هم أصحاب الحق في أن يعزلوا الحاكم الذي يسيء إلى الشعب، أو يفهم من تصرفاته أنه يحاول الاساءة إليه».

وفي العصر الحديث يعتبر ميكافيللي أول من وجه الأنظار إلى ضرورة الاهتمام بصوت الشعب واتجاهاته، وكثيرا ما كان يردد العبارة القائلة: بأن صوت الشعب من صوت الله، وقد عبر الشاعر الانجليزي شكسبير بلسان هنري الرابع عن «الرأي الذي ساعد في الوصول إلى الحكم.

وقد ساعد الحروب والمنازعات في انجلترا وأمريكا وفرنسا، حول المسائل السياسية والدينية على تداول معاني الرأي السائد، ولم يستخدم تعبير الرأي العام إلا ابان الثورة الفرنسية، وكان يتكرر كثيرا بين فلاسفة العصر ورجال السياسة والأدب، وفي الحقيقة كان مفهوم الرأي العام ثمره لمراحل طويله من الكفاح المرير من أجل الحرية.

وبهذا نرى أن ظاهرة الرأي العام ليست وليدة هذا العصر، وانما الجديث فيها هو الاهتمام بها، ودراستها وتقنينها، ومعرفة أهميتها، وقياسها، واستخدام نتائج ذلك في توجيه الجمهور، وارضاء الشعوب، واستقرار الأحوال[1].

والواقع أن الاهتمام بالرأي العام قد كان له اكبر الأثر في حياة الناس فهو الذي يجمعهم حول أهداف مشتركة ويؤازر كثيرًا من الهيئات والمؤسسات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وبعضد ما يقوم من مشروعات مختلفة بالاضافة إلى كونه قوة فعاله ذات أثر بالغ في توجيه مسارات الحياة وأسلوبها

في أي مجتمع ، فهو الذي يحدد تولي القيادة والزعامة الرائدة الواعية.

ومع أن الرأي العام هذه الأهمية العظمى إلا أننا نجد أنفسنا ازاء قلة هم مجموعة من القادة سواء كانوا قاده في الميدان السياسي أو أي ميدان أخر وهم الذين يهتمون فقط بالرأي العام والعوامل المؤثرة فية ومن هنا اختلف المفكرون في فهم طبيعة الرأي العام وحدوده حتى أن بعضهم قد اختلف في تصور النتيجة العملية والعلمية الناتجة عن دراسات الرأي العام فمنهم من ينادي به ويناصره ويوضح الأهمية العظيمة التي يمكن أن تظهر طاقات الرأي العام إذا ما اتيحت له الفرصة للعمل الجدي ومنهم من يعاديه ويقول بضرره[٢].

ثانيًا: تحليل مفهوم الرأي العام:

يهمنا ونحن بصدد ظاهرة الرأي العام أن نحدد معنى مصطلح «الرأي العام» *Public Opinion* ذاته: فما الذي يقصد «بالرأي»؟ ومتى يصير الرأي «عاما»؟ وكيف يكون ذلك؟.

الواقع أن هناك فرقا أساسيا بين أربعة مصطلحات هامة، ينبغي تحديده من أجل الوقوف على حقيقة الظاهرة التي تعتبر موضع الاهتمام هنا، وأما هذه المصطلحات فيمكن تحديدها على النحو التالي:

١. **الرأي**: وهو وجهة النظر التي يعبر عنها تعبيرا خارجيا ومكشوفا، أي أنه يتضمن الاعلان عن وجوده بواسطة ألفاظ أو رموز تسمح بفهم الواقعة المعلن عنها. وإذن، فأنه لابد من أن يخرج الرأي من نطاق الباطن أو من الحيز الداخلي إلى العالم الخارجي حتى يمكن أن يقال أنه رأي مستقل عن الاشخاص، فالعنصر الهام للرأي هو الذي يتمثل في الاعلان عنه أو في الافصاح عنه وبيانه *Manifestation* .

٢. **الحكم**: *Judgement* وهو يختلف عن الرأي، في إنه لا يشترط ضرورة الاعلان أو الافصاح عنه، حيث أنه من الممكن أن نتصور قيام شخص معين بالحكم على قضية محددة أو موقف، دون أن يفصح عن هذا الحكم. وفوق ذلك، يوجد اختلاف آخر بينهما، وهو أن الرأي يرتبط عادة بوجهة نظر معينة لا تشترط التعمق أو التحليل الدقيق، على عكس الحكم الذي يفترض مناقشة لمختلف وجهات النظر المؤيدة والمعارضة، والتوصل في نهاية الامر إلى قرار يعلن عن وجهة نظر مجددة.

٣. الاتجاه: *Attitude* وهو الاستعداد الذاتي لاستجابة سلوكية معينة تجاه موقف معين لم يتحدد بعد. والاتجاه عبارة عن واقعة ذاتية تنبع من الفرد وتتحدد صورتها طبقا لطبيعته، ومع ذلك فأنه يمكن أن يكون الاتجاه «كامنا» أي غير شعوري، وعندئذ يتوفر لدى الشخص دون أن يعلم به، أو لا يعي بوجوده، وهو يشير إلى أن الشخص سوف يتصرف بطريقة معينة إذا واجه موقفا محددا أو ظروف معينة.

٤. السلوك: *Behavior* وهو عبارة عن التصرف الذي يعكس رد الفعل تجاه منبه معين، أو يعبر عن استجابه لموقف محدد. ولذلك فان السلوك في صوره المألوفة هو واقعة تعكس الفعل، وهو طاقة تبلورت في شكل إيجابي أو سلبي، من أجل تحقيق اشباع من نوع معين على نحو مباشر أو غير مباشر، وإذا أردنا أن نعبر عن علاقة الاتجاه بالسلوك، يمكننا أن نقول أن السلوك هو اتجاه تحقق بالفعل، وأما الاتجاه فهو سلوك لازال في حيز التكوين، أو أنه سلوك كامن. كما أن هناك علاقة بين الرأي والسلوك، فالرأي هو سلوك كلامي، وبمجرد الاعلان عن الرأي، يصير الرأي واقعة، وبالتالي فأنه يمكن وصفه بالسلوك أيضًا. وفوق ذلك، توجد علاقة واضحة بين الرأي والاتجاه، فالرأي يعكس استعدادا معينا للسلوك، ولذلك فانه يمكن أن نجد في الرأي علامة على وجود الاتجاه، مما قد ييسر لنا أن نكتشف الاتجاه بواسطة السؤال عن الرأي[1]. وأما عن كلمة «عام *Public*» فيمكن أن تشير إلى إحدى المعاني التالية:

- العام هو ما ليس بخاص: أي ما لا يتعلق بالوحدة الذاتية، وإنما بالوحدة الكلية، وطبقا لهذا الاستخدام يمكننا أن نقول أن هناك «مصلحة عامة» و«قضايا عامة».

- العام هو المشترك: فيقال مثلاً أن صفة الكرم هي صفة عامة في الشعب المصري، أي أنها خاصية مشتركة بين كل مواطنيه أو توجد عند أغلب من ينتمون إليه.
- العام هو العلني: أو الذي يعرفه الجميع، والحقيقة أن الرأي العام يمكن أن يجمع بين الصفات الثلاثة أو المعاني الثلاث السابقة، فهو ليس بخاص لأنه لا يقتصر على فرد أو جماعة أو فئة معينة، كما أنه يميل إلى أن يعبر عن موقف مشترك لأغلب عناصر المجتمع السياسي، وأخيرًا فهم يتصف بصفة العلانية، ولا يمكن أن يكون الرأي وليد الإرهاب حرًا وبتلقائية كاملة.

ولقد زادت أمية الرأي العام في المجتمع الدولي المعاصر نتيجة لظروفه الإجتماعية والإقتصادية والسياسية، وتقدم العلم والمعرفة. كما برزت قوة الرأي العام وتأثيره بعد أن زادت التجمعات الجماهيرية في المدن والمناطق الحضرية بعد الثورة الصناعية وقيام النظم الديموقراطية وما تابع ذلك من توسع في الحقوق الإنسانية، وخاصة فيما يتعلق بحرية المرأة. وحق التعليم، وقد كان لإنتشار التعليم، وتطور الطباعة، وظهور البرق والتليفون، وإختراع آلات التصوير، والتطور العظيم في وسائل المواصلات وظهور أجهزة الإعلام الجماهيرية الحديثة وخاصة الصحف، والإذاعة، والسينما والتليفزيون، كان لكل ذلك أثره الفعال والمباشر على سرعة إنتشار الأفكار والآراء[٣].

ولم يتفق بعد على تعريف موحد يمكن أن يكون اساسًا يمكن الأخذ به في تحديد ما يطلق عليه «مصطلح الرأي العام «*Public opinion*» وإن كانت معظم تعريفات هذا المصطلح يشير إلى رأي الاغلبية أو رأي معظم جماعة معينة وقد حدث هذا الخلاف بين علماء الاجتماع والنفس والسياسة والاعلام على

السواء، وذلك من جراء الظروف الاجتماعية التي يعيشون فيها وتسيطر على المجتمعات التي ينتمون إليها من جانب وإلى الاطار الايديولوجي الذي يحدد الأطر التصورية لكل مفكر من جانب آخر[٤].

وهناك من ينظر إليه على أنه مجمل وجهات النظر والاتجاهات والمعتقدات والآراء الفردية التي يعتنقها نسبة لها دلالاتها من أعضاء المجتمع الإنساني حول موضوع معين[٥].

ويرى آخرون أن الرأي العام هو الاتجاه الذي تتخذه الجماعة في مسألة بعينها بعد بحث هذه المسألة من جميع جوانبها، بحثًا علنياً عن طريق الصحافة والإذاعة والتليفزيون وغيرها من وسائل الاعلام فالرأي العام هو ما يصل إليه المجتمع الواعي بعد تغليب وجهات النظر للآراء المتعارضة تجاه موضوع معين[٦].

كما يعرف بأنه يمثل اتجاه جماعه من الناس نحو مشكلة أو موضوع معين أو هو المواقف المختلفة التي يعبر فيها الناس عن آرائهم أما من تلقاء أنفسهم أو بناء على مؤثر سواء بالتأثير أو المعارضة مما يترتب عليه احتمال القيام بسلوك معين مباشر أو غير مباشر وإذا كان الرأي العام يمثل اتجاه جماعه من الناس نحو مشكلة معينة فإن الرأي الخاص يعتبر ظاهرة نفسية وهو يمثل رأي الشخص الذي يراه صوابًا في المسائل المختلفة، ويتميز الرأي العام عن الرأي الخاص بثباته النسبي وبأنه أقل تعرضًا للتغير السريع الذي يتعرض له الخاص أو الشخصي وتدل الدراسات العلمية على أن الرأي العام يتصل إتصالاً وثيقاً بالجماعة التي لها الشخص ويلاحظ أن الجماعة قوية التأثير في تشكيل آراء ومعايير وقيم اعضائها[٧].

وعلى ذلك فالرأي العام مجموع الآراء السائدة في مجتمع ما وهي آراء تختلف في وضوحها وتحديدها في أفهام الناس ولها صفة الاستقرار ويعتبرها الناس مشتركة بينهم، بمعنى أنها نتيجة اتفاق متبادل بين كثير من أفراد المجتمع والرأي العام بهذه الكيفية تتابع اجتماعي يعزي إلي احتكاك العقول والأفكار بعضها ببعض. ويقول «جيمس برايس» في كتابه «الديمقراطيات الحديثة» الرأي العام اصطلاح يستخدم للتعبير عن مجموع الآراء التي يدعمها الناس ازاء المسائل التي تؤثر في مصالحهم العامة والخاصة[٨] بمعنى أن الرأي العام هو الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة إزاء مسألة من المسائل العامة التي يثور حولها الجدال وعلى ذلك يؤكد كثير من دارس الرأي العام أن هذا الرأي لابد وإن يستند إلى نوعية معينة من الجمهور حيث تكون لاتجاهاته إزاء الموضوع الجدلي قيمة محدودة بالذات كما أنه رأي الأغلبية تجاه موضوع معين أو حدث معين[٩].

كما يقصد به أنه رأي الأغلبية *Magority Opinion* وتتضمن فكرة الرأي العام على ذلك أن ثمة رأياً متفق عليه من غالبية الأفراد وهو ما يسمى بالرأي الغالب وليس معنى ذلك إلا أن تكون هناك آراء متعددة للأقليات *Minority Opinion* وتلك الآراء الخاصة لا تعوق أن نطلق على الرأي السائد لدى معظم هذه الجماعات والجماعات الفرعية رأياً عامًا حيث لا يوجد رايًا عامًا بطريقة مطلقة أو عامة ولكنه الحد الأقصى لمجموع الآراء[٩].

ثالثًا: مقومات الرأي العام:

ومن مقومات الرأي العام «الاطار الفكري» لهذه الظاهرة أو مقوماتها الفكرية الآتي:

١. وجود مشكلة تعتبر مثاراً للجدل والخلاف والمقصود بذلك أن الرأي العام يفترض وجود صعوبة ما تتصل بموضوع معين تواجه الجماعة وتحتاج فيه إلى حسم واتخاذ قرار نهائي بصدده متعدد وجهات النظر ويبرز الخلاف والتعارض في تصور الحل الممكن وهذا يعني أن الموضوعات التي تحظى بالاجماع لا توصف بأنها تكون رايًا عامًا.

٢. امكانية المناقشة الحرة، والحق في الاعلان عن الرأي وهذا المقوم الثاني وهو ما يسميه بعض العلماء والباحثين «مناخ الرأي» *Climate of opinion* الذي يشتمل على مجموعة عناصر يمكن تحديدها على النحو التالي:

- حق المواطن في تكوين رايه لشتى الوسائل ودون أن يفرض عليه رأي أو مصدر معين من مصادر المعلومات.

- حق المواطن في الاعلان عن رأيه دون أن يخشى العقاب والردع الذي يمكن أن يمارسه المجتمع، فالرأي العام بالمعنى الصحيح انما هو نتيجة تفكير سليم في المصلحة التي تعود على المجموع، أو هو محاولة في بعض الأحيان ـ للتوفيق بين هذه المصلحة من جهة ومجموعة التقاليد والعادات من جهة أخرى التي تسير عليها الأمة بل أنه إذا أريد للتحرر أحيانًا من سلطان العادات والتقاليد فأنه لا سبيل للمجتمع في هذه الحالة إلا بالرأي العام، لأنه وحده القادر على إحداث التحرر الذي تطلبه المجموعة التي تصبوا إلى التحرر[١٠].

- الحق في المناقشة، ذلك لأنه لا يمكن أن يتكون رأي عام بدون عملية الصراع الفكري والحوار الحر بين مختلف وجهات النظر ولا يمكن أن يكون الرأي العام وليد وجهة نظرا مادية أو مفروضة من جانب واحد[١١] فالرأي العام لا يقتصر على فرد أو جماعة أو فئة معينة، كما أنه يميل إلى أن يعبر عن موقف مشترك لأغلب عناصر المجتمع. ثم أنه يتصف بالعلنية ولا يمكن أن يكون وليد ضغط أو قهر وإنما ينبعث من الإنسان ويعبر عن ذاته، تعبيرًا حرًا وتلقائيًا[١٢].

بالإضافة إلى ما سبق، توجد مجموعة من المقومات الضرورية للرأي العام يمكن تصنيفها في ثلاث فئات وهي:

١. المقومات الأولية : *Primary Components*

والتي تشير إلى مجموعة العوامل المتصلة بالفرد والتي لابد من توافرها حتى يمكن أن نتصور صلاحيته لان يكون رايًا وهذه المقومات تتنوع ما بين الإمكانيات الموروثة، والشخصية بما تنطوي عليه من عوامل متصله بالعنصر أو السلالة والدين والسن والنوع.

٢. المقومات الثانوية *Secondary Components*

وهي عبارة عن مجموعة العناصر المتصلة بشخصية الجماعة أو بطابعها القومي وتنبع من الحقيقة الاجتماعية التي تنتطوي على عملية التفاعل، فتنتقل الظاهرة من المستوى الفردي إلى المستوى الجماعي وتتفاعل في ذلك مجموعة خصائص تتعلق بالوسط أو البيئة الجغرافية والديموجرافية والعضوية والسيكولوجيه والاجتماعية.

٣. المقومات العرضية المساعدة: *Incidental Compoents*

فإذا كانت المقومات الأولية والثانوية تتفاعل فتكون الرأي العام أو تحدده فإن الاعلان عن الرأي العام وقوة هذا الاعلان وصورته وسرعته هي كلها أمور تتحدد بواسطة عنصرين وهي:

١. الواقعه: ومن أهم خصائصها: العنف في مقابل انعدام العنف والتوقعية في مقابل المفأجاه ودرجة الاهتمام الفردي أو الجماعي بها.

٢. عملية شق قنوات التعبير عن الرأي أو نقله *Canalization* وهي تنطوي على استخدام أدوات وأساليب مختلفة من بينها وسائل الاتصال الجماهيري[١٣].

رابعاً: وسائل الاتصال والرأي العام

تختلف درجة تأثير وسائل الاتصال على الرأي العام باختلاف قوة تأثيرها على الأفراد ودرجة تغلغلها في حياتهم بالإضافة إلى سهولة المادة الإعلامية التي تقدمها لهم ونوع المقاومة التي يبذلونها نتيجة لدخولهم في حوارات معها وهناك وسائل الاتصال الجمعي (الصحافة والإذاعة والتليفزيون...) والتي بلغت في العصر الحديث من القوه والتأثير في صياغة الرأي والاتجاه ما لم تبلغه في أي عصر من العصور السابقة[١٤].

فالرأي العام يستلزم بالضرورة إثارة الجدل والحوار والمناقشة حيث يساعد ذلك على تنمية وعي الجماهير وإيضاح العديد من الأفكار التي تساهم في تشكيل الرأي العام الواعي، وتمثل المناقشة الحره مناخ الرأي وتثمر المناقشة والحوار المتبادل حول فكرة معينة عن تبلور رأي عام لتفاعل تلك الآراء والأفكار وعلى ذلك نجد أن هناك علاقة قوية بين الرأي العام وحرية التعبير وقدرة وسائل الاتصال على ترجمة ونقل آراء الجماهير وفتح دائرة الحوار والمناقشة التي تشكل الرأي العام وتوجهه وتعبر عنه.

وإذا كانت هذه الوسائل تعبر عن الرأي العام في بعض الأحيان أو في بعض المواقف أو الظروف فإنها لا تعبر عنه دائمًا، كما أن ما تبثه هذه الوسائل يعتبر عرضه للنقد أو الرفض أو التأويل[١٥] في كل وقت وذلك بواسطة دوائر الرأي وقادة الرأي غير الرسميين.

ذلك أن هناك وسائل وأساليب وطرق مختلفة تحكم تفاعل الفرد مع المادة التي تلقاها من وسائل الاتصال، فالأشخاص الذين يعتنقون رايًا أو آخر يميلون إلى إختيار وسائل الإتصال الجماهيري التي تتفق وآرائهم وبالتالي يكون لوسائل الاتصال دور ليس في تكوين الرأي أو تغيره، بقدر ما هو تعزيز لخط معين لرأي معتنق بالفعل أو على الأقل تدعيم رأي معروف تمامًا[١٦].

كما يحدث تأثير وسائل الاتصال إذا كان مضمونها يتفق مع بعض جوانب شخصية الفرد ودوافعه وقيمه واتجاهاته، لذلك فإن الرابطة الأساسية بين مضمون الرسالة الإتصالية والسلوك الاجتماعي للشخص تصاغ من خلال التفاعل بين المعلومات المنقولة من جهة وبين العمليات المعرفية عن الفرد وشخصيته بما تحويها من قيم وعادات وتقاليد وأعراف واتجاهات وميول ورغبات ومشاعر من جهة أخرى حيث يشكل تربه صالحه ومهيأة لتقبل هذه الرسالة أو مقاومتها أو رفضها وإلى جانب ذلك توجد مؤسسات المجتمع الأخرى كالأسر والتعليم وجماعات الأصدقاء وتأثيره بكل هذه الاتصالات مع تلك الجموع والجماعات والأفراد تختلف قوة وضعفًا، سلبًا أو إيجابًا أو بالوقوف على الحياد(١٧).

وفي ذلك لقد أجريت كثير من الدراسات والأبحاث على الرأي العام وذلك لمعرفة خصائصه وما هي العوامل والظروف التي قد تتحكم فيه وتفسره بالذات أو توجهه وجهة معينة وخرجت معظم الدراسات والبحوث إلى أن الخصائص النفسية للرأي العام تشير إلى همها فيما يلي:

١. يتمتع الرأي العام بحساسية بالغة بالنسبة للأحداث العامة إي أن الرأي العام سرعان ما يتحرك للأحداث الصحيحة التي قد تمس حياة الأمة كلها أو تغطي قطاعًا كبيرًا من المشاعر التي قد تتحرك في وجدان نسبة كبيرة من أفراد الأمة.

٢. تستطيع الأحداث غير العادية بكل ثقلها وما تمتلك من قوة أن تحرك الرأي العام من موقف إلى آخر بدرجة كبيرة، وعلى ذلك فالرأي العام لا يستطيع أن يستقر على حالة واحدة ونمط اتجاه واضح ما لم تساعده بالمساهمة بالأحداث وبطريقه متطورة في كل أبعاده وعمقه.

٣. الرأي العام تقرره الحوادث بما تحمل بداخلها من قوة ضمنية وهي التي تجذب انتباه تجربة وجهة معينة، ولا تستطيع الألفاظ أن تغفل ذلك اللهم إلا إذا كانت الألفاظ تفسر على أنها أحاديث حوادث بالنسبة للرأي العام.

٤. تلعب الأحاديث الشفوية داخل إطار العمل دورًا كبيرًا في عملية بناء الرأي العام فالأفراد في هذه اللحظة يقتنعون بهذه الأحاديث التي تنم عن حوادث معينة ومع ذلك فهم دائماً في مناقشتهم باحثين عن مصدر هذه الحوادث.

٥. الرأي العام لا يتوقع النتائج ولكنه يساهم بتفاعله معها في اصدارها، ذلك أن الرأي العام في سيره يكافح من أجل شيء ما ولا يعرف النتيجة ومقدار النجاح الذي سيصل إليه، ولكنه بكل تأكيد يساهم فعلاً في هذه النتائج التي وصل إليها.

٦. يتحدد الرأي العام نسبيًا من الناحية النفسية أساسًا على الاهتمامات الذاتية التي يدور حولها الأفراد والحوادث التي تحدث في نضالهم تجاه هذه الاهتمامات والعمليات الاجتماعية المختلفة التي يحتويها نسيج المجتمع، وأي ظاهرة أخرى تؤثر فيه كما لو كانت مجموعة من العلاقات الأخرى.

٧. يظل الرأي العام ساكنا ويتحرك بصورة بطيئة ويبقى غير قابل للإثارة لمدة طويلة من الزمن حتى تشعر الأفراد بمجموعة من الاهتمامات والمصالح الذاتية التي تظهرها أو تبرزها الحوادث.

٨. أن الاهتمامات التي تكون صلب الرأي العام التي من مجموعها تكمن قوته ليس من السهل تجزئتها من بعضها البعض وفي هذا رغم صعوبته قضى على مشاركة الأفراد في الحياة.

٩. إذا كنا نود معرفه الرأي العام بالنسبة للمصلحة الرسمية أي درجة إفادته في حياة الأمة في بلد ديمقراطي فإن السياسة الرسمية في أي بلد ديموقراطي هي في الواقع (الرأي العام).

١٠. حينما يكون الرأي العام مؤيداً فأن فاعليته تكون حقيقية ودائمًا ما تؤدي الحقائق الباهرة إلى تحول الرأي العام من المعارضة إلى الموافقة.

١١. في ظل الظروف الحاسمة والمحرجة يصبح الناس اكثر حساسية لحوزه رضا القائد فهذه الظروف تجعل من الرأي العام اتجاهًا موحدًا نحو هدف واحد يتمثل في تشجيع القائد على المضي في سبيل إحراز النصر مثلاً.

١٢. يصبح الناس أقل ترددًا في تقبل القرارات التي يصدرها الزعماء إذا ما أدركوا إنها معبرة عن ميولهم واتجاهاتهم.

١٣. يستطيع الناس أن يكونوا أراء قوية اكثر سهولة متمشية مع الأهداف والأحداث ولكن لا يدركون الطرق الموصلة لتحقيق هذه الأهداف.

١٤. يتكون الرأي العام بدرجة كبيره على أساس الرأي الخاص فالرغبات الشخصية إحدى أسس بناء الرأي العام ويعتمد عليها اعتمادًا كبيراً، وهذا ما يجعله عرضة للطفرات المفاجئة وفقًا لمدى تأثراً بالأحداث التي تعادي أو تناقض هذه الرغبات أو تتفق معها.

١٥. تنحصر الاهمية النفسية للرأي العام في إنجازه لأهدافه وفي أبعاده ومحكاته ودرجة صلابته وعمقه.

١٦. الرأي العام اكثر صلابة وعمقًا في المواقف الهامة.

١٧. إذا أعطى للشعب في بلد ديموقراطي فرصاً للتعليم فأن الرأي العام يعد تعبيرًا عن الفهم في هذا البلد[١٨].

خامسًا: أنواع الرأي العام

اختلف الباحثون في وضع تقسيمات أو تصنيفات معينة للرأي العام فمنهم من اتبع تقسيمًا على أساس المواقف التي تحدث فيما تكون الرأي العام، ومنهم من صنف الرأي على أساس المغزى من هذه المواقف ومنهم من اتبع تقسيمًا على أساس الناحية الكيفية أو النوعية أو حسب الدرجة العددية النسبية لاشتراك أعضاء الجماعة في تكوين قوة الرأي وسوف نعرض فيما يلي لهذه التصنيفات:

١. من ناحية المغزى:

أ- رأي عام ظاهر: *External Public Opinion*

وهو الذي يعبر عنه الناس علانية في مجالسهم العامة والخاصة وينشرونه في الصحف والمجلات، وكلما كان الأفراد يتمتعون بالحرية السياسية والاجتماعية أمكنهم التعبير عن وجهة نظرهم في المشكلات والمسائل التي تشغل أذهانهم بحيث تكون هذه الآراء معبرة تعبيرًا صريحًا صادقًا عن أفكارهم وأحاسيسهم وما يدور في عقولهم من آراء وما يشعرون به من اتجاهات.

ويتكون هذا الرأي في المجتمعات التي تسود فيها النظم الديمقراطية والتي يشعر فيها الأفراد بحرية التعبير عن الرأي في المشاكل والقضايا التي تثير إهتمامهم دون خوف من تسلط أو إرهاب.

ب- رأي عام غير ظاهر: *Internal Public Opinion*

وهو الذي لا يستطيع الأفراد أن يعبروا عنه تعبيرًا صريحًا مباشرًا، ويحدث ذلك غالبًا في المجتمعات التي لا يتمتع فيها الأفراد بالحقوق السياسية والاجتماعية، وفي ظل النظم الديكتاتورية وحكم الفرد يكبت الرأي

الآخر، ولذلك يخشى الفرد التصريح برأيه في المشاكل والموضوعات المختلفة التي تحدث في المجتمع، فإذا أتيحت الفرصة أمام الجماهير للتعبير عن ارائهم فأنه يتحول من رأي عام غير ظاهر إلى رأي عام ظاهر(١٩).

وهناك شروط وعوامل اجتماعية وسيكولوجية تعمل على تحويل الرأي العام غير الظاهر إلى رأي عام ظاهر منها:

- إزدياد شدة إتجاه الناس نحو مشكلة معينة إلى درجة لا يستطيعون كتمانها وهنا يظهر الرأي العام وتنطلق إستجابة للعامل السيكولوجي وهو عدم الاحتمال لشدة الحالة.
- كما أن ثمة عامل اجتماعي متمثلاً في رفع الموانع الاجتماعية والقانونية التي كانت تحول دون التعبير عن الرأي العام كموافقة الدولة أو تشجيعها على ظهور آراء معينة كانت غير موجودة أصلاً(٢٠).

٢. من ناحية الوجود:

يتنوع الرأي العام من حيث وجوده الفعلي وعدم وجوده على النحو التالي:

أ- رأي عام موجود بالفعل: *Actual Public Opinion*

وهو الرأي العام الذي ينشأ نتيجة بعض الأحداث والوقائع وتظهر أثاره في التعليقات والمناقشات ورسوم الكاريكاتير.

ب- رأي عام متوقع وجوده: *Latent Public Opinion*

وهو الرأي العام الذي يكون محايداً ثم يتبلور شيئًا فشيئًا ومن ثم يمكن أن يتحول باستمرار تلك الظروف، ولا ريب أن الرأي العام المتوقع وجوده هو الذي يهم بالدرجة الاولى الزعماء والقادة ورجال الإعلام والعلاقات العامة والدين وما إلى ذلك(٢١).

٣. من حيث الزمن :

يتنوع الرأي العام من الناحية الزمنية إلى رأي عام دائم ومؤقت، كما يلي:

أ- رأي عام دائم: ***Ending Public Opinion***

وهو الرأي العام الذي يقوم على أساس العوامل الحضارية مثل كراهية دول العالم الثالث للاستعمار وكراهية العرب لليهودية وكراهية الأمريكيين للزنوج.....إلخ.

ب- رأي عام مؤقت: ***Momentary Public Opinion***

وهو الرأي العام الذي يرتبط بالمواقف الطارئة مقل وقوع حادثه في الطريقة، فهو رأي عام يرتبط بالجمهرة وليس بحالة الاجتماع العادي.. ومن ثم فأنه تنتهي بنهاية الظروف التي أدت إلى وجوده وبالتالي فإن أهمية دراسته ليست واضحة.

٤. وفي تصنيف آخر للرأي العام بحسب نوعيته أو لحسب شرائح الرأي العام فأنه ينقسم إلى:

أ- الرأي العام النابه :

وقوامه قلة من الصفوة المفكرة الممتازة التي تتمتع بقدرات واستعدادات عقلية ممتازة وسمات شخصية وفكرية ونفسية وحركية فائقة تجعلها على مستوى عال من الإحساس الصادق السريع لظروف الجماهير والاستماع لمشاكلهم ورغباتهم والقدرة على اتخاذ الحلول المناسبة ومن ثم تحريك الحشود البشرية بعد جمعها حول رأي جماعي وتوجيهها في خط سير موحد برأي عام موحد دون أن تتأثر هذه الصفوة ذاتها بمؤثرات ذاتية أو خارجية تحيدها عن الهدف.

ب- الرأي العام المستنير:

وتتكون من غالبية المتعلمين الذين يملكون القدرة على مقارنة وموازنة الأمور القومية وربط الأحداث الجارية بأمور الحياة اليومية للمجتمع ولهؤلاء تأثير خاص على مخالطيهم من المتعلمين ومن غير المثقفين، ولا سيما في المناطق الريفية ويوصفوا بقادة الرأي المحليين ويكون أثرهم تبعًا لإنتشار التعليم والقضاء على ارتفاع نسبة الأمية وانتشار وسائل الاتصال الجمعي مثل الصحف والإذاعة والتليفزيون.

جـ الرأي المنقاد:

وينشأ الرأي المنقاد من السواد الأعظم من الجماهير التي تعاني من الأمية ومن التخلف الثقافي فهولاء الناس يعجزون عادة عن تحليل القضايا العامة وربطها بالظروف الدولية بصفة خاصة، حيث يقتصر تعبيرهم عن تناول الحقائق الفعالة والتعرف على أسبابها ونتائجها دون شرح أو إيضاح من الغير ولاسيما من قادة الرأي المحليين وهذا يحتم على الدعاة أن يتسلحوا بالوعي وبالوضوح الفكري ولاسيما في الموضوعات القومية وذلك عن طريق تناول الموضوعات التي تثيرهم مع ملاحظة أن ما يثير اهتمامهم هو ما يتصل بحياتهم اليومية واحتياجاتهم البيولوجية والاجتماعية بصفة مباشرة ومن ثم فأن التأثير يكون قويًا والإقناع يكون عميقًا إذا ما استند الايضاح إلى حقائق روحية ومثل أخلاقية ومعايير إنسانية لأنهم بهذه القيم أكثر تعلقًا بها عن غيرهم والواقع أن لهذه الخاصية خطر وضرر لأن ذلك نتيجة للمضللين من محترفي الدين ومحرفيه ومستغليه في الأغراض السياسة أن يخدعوا تلك الجماهير ويفسدوا الرأي العام السياسي (٢٢).

٥. كما يمكن تقسيم الرأي العام بحسب النطاق الجغرافي:

ويذهب الباحثون إلى تقسيم الرأي العام حسب النطاق الجغرافي إلى الآتي:

أ- الرأي العام المحلي:

وهو يختلف عن الرأي العام القومي الذي يعبر عن المجتمع القومي بوجه عام، كما يختلف عن الرأي العام العالمي المتمثل في المنظمات الدولية ويرى الباحثون أن للمجتمع المحلي خصائص تختلف عن خصائص المجتمع القومي أهمها:

- الانتماء، وهو ظاهرة شعور الاشخاص بالإنتماء الشديد للمجتمع المحلي.
- الصغر، بمعنى أن للمجتمع ككل سيكون وحده مستقلة للملاحظة المباشرة كما يصلح أي جزء منه كالعائلة مثلاً ـ لمثل هذه الملاحظة.
- المصلحة المشتركة وتأتي في المقام الأول من الأهمية.
- الارتباط التاريخي.
- تقارب التقاليد والعادات والمعتقدات.
- وحدة اللغة والثقافة.
- تشابه الاوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

ويساعد توافر هذه العوامل بصورة كبيرة على توحيد وجهة نظر الشعوب المتجاورة جغرافيًا

ب- الرأي العام العالمي:

ويقصد به الاتجاهات التي تسيطر على أكثر من مجتمع واحد أو التي تعكس توافقاً في الموقف بين أكثر من وحده سياسية واحده وهي سمة من سمات المجتمع الدولي المعاصر [٢٣].

٦.التقسيم حسب النسبة العددية لاشتراك أعضاء المجتمع في الرأي العام:

وبالرغم من اختلاف العلماء حول تحديد محكات تعريف الرأي العام وتوضيح أسس اختلافه عن غيره من أنواع الآراء والاتجاهات، فأن بعض هؤلاء العلماء يتخذون من مدى مشاركة الجماهير أساسًا لتحديد الرأي العام وفي هذا يقسمون الرأي إلى ما يلي:

أ- رأي الأغلبية:

وهو رأي سواء الأمة من العامة والخاصة على السواء.

ورأي الاغلبية:Magority Opinion

وهو الذي يمثل رأي ما يزيد عن نصف الجماعة وقد يتكون رأي الاغلبية أحيانًا بالتضليل وحذف بعض الحقائق أو أالدعاية التي يقوم بها القاده أو الزعماء، ورأي الاغلبية في الواقع هو عده آراء مختلفة اجتمعت حول هدف معين، كما هو الحال في بعض البرلمانات والمجالس الشعبية التي تتألف فيها عده احزاب أو فئات جماهيرية لتكون ضد حزب معين أو فئة جماهيرية معينة، ولذا ربما يتعرض رأي الاغلبية لان يكون اقلية *Minority Opinion* ومن عيوبه إنه قد يركن إلى الكسل والنوم ويدع شئونه لفئة من غير الإكفاء للتعبير عنه والقيام باعبائه.

ب- رأي الاقلية:

هو رأي مجموعة من الأفراد لم يظفروا بهذه الاغلبية ولكن لرأيهم برغم كونهم أقلية أهمية كبرى من النواحي السياسية والاجتماعية بحيث لا يمكن إهماله أو إنكاره بأي وجه من الوجوه وغالبًا ما تمثل رأي الاقلية ما يقل عن نصف عدد أعضاء الجماعة أو الطائفة أو الطبقة التي يعبر عنها والاقلية

طائفة لا يستهان بها من المتازين المشهود لهم بالكفاءة وبهذا تعي الاغلبية للاقلية قدرها وتضعها في الاعتبار وتحسب حسابها خصوصًا وأنها قد تصبح غدًا أغلبية.

جـ الرأي المجمع عليه:

وهو الرأي الذي يتصل أتصالاً قويًا بتراث الامة من عادات وتقاليد ومعتقدات وأفكار، ونحن نعرف أن جميع هذه الاشياء تؤلف ما يسمى «بالطابع العام» وكثيرًا ما يطلقون على هذا الطابع العام أسم «الاتجاه العام»وكلما يتعرض الاتجاه العام أو الطابع العام للجدل أو المناقشة تقوم معظم جماعات المناقشة بوظيفتها داخل أطار كبير يمكن أن نسميه الرأي الجامع *General Opinion* أو الغالب في الجماعة وهو الرأي المستقر الذي ظهر في الماضي ومستمد من العادات والتقاليد التي لا تقبل النقد ويأتي هذا من الطوائف الشعبية *Folkwags* التي يتوارثها الناس على مر السنين دون أن يوجه إليها نقداً وتنقل جيل بعد جيل ويرثها الأبناء عن الأباء.

وتقف الجماعة من خلف الرأي الجامع وتسانده ومن هنا كانت مناقشته تعني حق الجماعة في الحياة والوجود، ومن أمثلة الرأي الجامع عديدة ومتنوعة فهناك شعوب تجمع على وحدانية الروح وأخرى تجمع على تعدد الزوجات وهناك بلاد تشجع المشروع الحرفي كالولايات المتحدة وبلاد أخرى تحبذ ملكية الدولة لأدوات الانتاج كاتجاه الجمهوريات السوفيتية مثلاً[٢٤] كما أن هناك أنواع أخرى من الرأي ومنها:

١. الرأي الأئتلافي:

ويقصد بالرأي الأئتلافي *Coalition Opinion* رأي جملة من الاقليات المختلفة في اتجاهات السياسة والتي نمت في ظروف معينة للوصول إلى هدف

محدد وبالذات، وهذا الرأي الأئتلافي ليس وليد المناقشة الحره وأنما هو وليد عوامل خارجية وداخلية متعددة، فإذا زالت هذه الظروف والعوامل ذهب معها الرأي الأئتلافي وهذا هو العيب الأكبر لهذا النوع من الرأي.

٢. الرأي الساحق أو الرضا العام:

حينما تناقش الجماعة مشكلة ما ويصل كل أعضائها أو على الأقل غالبيتها الساحقة إلى قرار معين سمى رآيها في هذه الحالة رايًا ساحقًا أو رأيًا عامًا *Consensus Opinion* أو إتفاقاً بغض النظر عن الاتجاهات السلبية والاتكالية التي قد تكون قائمة أثناء المناقشة.

٣. الرأي العام العالمي:

ولا نستطيع أن ندع الحديث في أنواع الرأي العام دون الإشارة إلى ما يسمى في أيامنا هذه بالرأي العام الدولي أو العالمي ويرجع الفضل في وجوده إلى التقدم الهائل في وسائل الاعلام والاتصال المتنوعة وفي سهولة المواصلات، وللرأي العام الدولي أثره البالغ في توجيه الامم المختلفة وفي حفظ التوازن بين البلدان المتصارعة بل وفي السير بخطى سريعة وواثقة نحو التقدم الفني والتكنولوجي وما إلى ذلك.

سادسًا: قياس الرأي العام:

الرأي العام باعتباره وجهات نظر أغلبية أعضاء المجتمع تجاه القضايا والأحداث والموضوعات المثاره فيه لا ينشأ من فراغ ولا يدور في فراغ ولا يؤثر على الجميع بنفس الدرجة فهو احدا أنماط السلوك الاجتماعي أو سلوك البشر الذي يعيشون في أوضاع اجتماعية وسياسية وثقافية معينة، ومن ثم فأنه يتأثر من حيث شكله وتأثيره وإمكانية قياسة بهذه المتغيرات الاجتماعية.

ولدراسة الرأي العام في مجتمع معين، ينبغي أن يوجه مسبقاً تصور كامل ودقيق - قدر الإمكان - عن حالة هذا المجتمع إقتصاديًا واجتماعيًا وسياسيًا من خلال الدراسات الاجتماعية التطبيقية الجادة والاحصاءات المفصله والدقيقة. نظرًا لأهمية هذا التصور في تصميم العينة وصياغة الاسئلة وإجراء المقابلة وتفسير النتائج ولكن لقياس الرأي العام لابد من وجود رأي عام إزاء موضوع القياس ولكي يوجد رأي عام لابد من توافر متطلبات صياغة الرأي والتعبير عنه، من حيث توافر المعلومات وتعدد مصادرها وإتاحة الفرصة لابداء الرأي والرأي الأخر وتكوين الوعي الذي يهم في صياغة الرأي العام وتوفير القنوات التي تساعد على التعبير عنه والمناخ الذي يتقبل دورة ويعظم من تأثيره[٢٥].

ولإجراء عملية قياس لابد من توافر عنصرين:

١. مادة الموضوع المطلوب قياسه وهو طبيعة الموضوع أو الحدث الذي يدور حوله الرأي العام.

٢. وحدة القياس، وهي الوسائل التي تستخدم لقياس الرأي العام مثل الإذاعة والتلفاز، ...إلخ. فمثلاً حينما نقول نقيس قطعة قماش فلابد من وجود قطعة قماش ووحدة للقياس كالمتر مثلاً، وبالنسبة للرأي العام فإنه لا يمكن

أن يتكون إلا إذا كانت هناك بعض الأحداث أو المواقف فإذا وقع حدث معين، فإنه يؤثر على شاهديه ولكن رد الفعل لهذا الحدث لا يكون سريعًا أو سليمًا إلا إذا كتب له الذيوع والانتشار، ويتم هذا الانتشار أما بطريق الهمس أو اطلاق الشائعات والنكت هذا إذا كان الحدث يعبر عن رأي عام كامن، وأما بطريقة التعليقات المفتوحة كالمناقشات والمحاضرات العامة، والمقالات التي تنشرها الصحف والكتب والنشرات أو عن طريق استخدام وسائل الاعلام كالإذاعة والصحافة والتليفزيون إذا كان هذا الحدث يعبر عن رأي عام ظاهر موجود بالفعل.

وعلى ذلك «فالمادة» التي يجرى عليها القياس في بحوث الرأي العام هو الهمس، والشائعات والنكت والتعليقات والمقالات الصحفية، الكتب، النشرات وهي تعد العوامل التي تعمل على تكوين اتجاهات الرأي العام الكامن والظاهر أي الموجود بالفعل، الأمر الذي يترتب عليه قياس اتجاهات الرأي العام[٢٦].

أسس قياسات الرأي العام:

إن استطلاعات وقياسات الرأي العام يمكن أن تلعب دورًا محوريًا في تحقيق التواصل بين الجهود من ناحية وآليات النظام الاجتماعي ومؤسسات المجتمع المدني من ناحية أخرى، ومن ثم ضمان المشاركة في صنع القرار وللحصول على قياس سليم للرأي العام الذي ينطلق من تبني منهجية سليمة ودقيقة لقياسة، حيث لابد من تنمية الأساليب المنهجية والعلمية التي من شأنها الارتفاع بالمكانه العلمية لقياسات الرأي العام وتوظيفها لخدمة القضايا المجتمعية الامر الذي يتطلب العمل على مستويات مختلفة من أهمها:

١. الاستناد إلى الأسس والأساليب العلمية ومحاولة تطويرها والإستفادة بها وتوظيفها في شتى الجوانب البحثية من حيث تحديد الموضوع المراد قياس الرأي حوله تحديدًا دقيقًا واضحًا وتحديد العينة واختيارها وفقًا لأسس علمية دقيقة وتحديد اداة البحث وصياغتها بشكل يراعي اعتبارات الشكل والمضمون ومدى الملائمة لموضوع القياس أو مجتمع البحث وكذلك مراعاة التوثيق المناسب لجميع القضايا بما يخدم هدف البحث.

حيث تنقسم تغيرات وتحولات الرأي العام إلي نمطيين :

النمط الأول:

ويأخذ شكل التغيرات طويلة المدى في الرأي حيث تتطلب فترة زمنية طويلة كي يحدث بها التغيير الواضح نتيجة لتغير الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وإنعكاس ذلك على الرأي العام في مجمله.

النمط الثاني:

ويأخذ شكل التغيرات السريعة والتي تتخذ غالبًا شكل ردود أفعال قصيرة على أحداث أو مستجدات معينة تحدث تغير طارئي وسريع في الرأي.

ولكي يتم قياس الرأي العام بشكل علمي سليم فأنه لابد من الافاده من مختلف المناهج وأساليب البحث وادواته ومحاولة تطويرها لخدمة البحث مع مراعاة أسس البحث العلمي والالتزام بالتسلسل المنطقي لخطواته الأمر الذي يتطلب تدريب الباحثين تدريبًا جيدًا من خلال برامج علمية للاعداد والتدريب مع توافر الهياكل المؤسسية والقوانين التنظيمية الملتزمة بالقواعد العلمية والتي تشكل المناخ الهامة لتطوير البحث والالتزام بالأساليب العلمية في اطاره.

فالباحث الجيد هو الذي يصمم بحثه تصميماً منهجًا دقيقًا ومتكاملاً لكل تفاصيلة ولكل دقائقه وكافة خطواته مراعيًا الموارد المتاحة والإمكانيات المتوفرة والوقت المتاح مع استخدام المنهج العلمي في حياد وموضوعية [٢٧].

٢. الاستناد إلى الأسس الأخلاقية:

وتمثل استطلاعات الرأي العام تجسيدًا واضحًا للعلاقة الجدلية، بل وللعلاقة الارتباطية الإيجابية بين الالتزام بقواعد المنهج العلمي والتمسك بالأسس والمعايير الأخلاقية وتلح في الوقت ذاته على ضرورة أن يجمع الباحث الذي يتصدى لإجرائها بين تمكن العالم من النظرية والمنهج في مجال الرأي العام ودقة الباحث والتزامه بالقواعد المنهجية في إجراء بحوثه.

ويشكل التمكن العلمي والالتزام المنهجي والرؤية الشاملة التي تستند إلى حس إجتماعي سليم وبصيرة سياسية صادقة وكذلك التوجه الوطني اركان أساسية لابد وإن تتوافر في الباحث الاجتماعي على اختلاف مجال أو موضوع بحثه وهذه الأركان تبدو أكثر الحاحًا بالنسبة للباحث الذي يجري استطلاعات أو قياسات للرأي العام أو تتناول نتائجها لما تمثله من أهمية علمية ومجتمعية تلعب دورًا هامًا ومحوريًا بالنسبة للمجتمع ككل[٢٨].

٣. الاستناد إلى الأسس المجتمعية:

والتي تتمثل في ضرورة مراعاة طبيعة البيئة الاجتماعية التي يتم قياس الرأي العام بها من خلال شتى أبعادها المتغيرة سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية أو سياسية أو تعليمية في محاولة لتهيئة جمهور البحث وتوعيته بأهميته تلك القياسات، أما بالنسبة لحاضره ومستقبله وتبصيره بدورها التنموي من خلال نشر الوعي الذي يعتبر الألية الأساسية في ضمان المشاركة

في أرساء دعائم حرية الرأي والوعي بخطورة تحريفها أو تطويعها لخدمة مصالح خاصة، ومن هنا نجد أن الضرورة تحتم أخضاع قياسات الرأي العام دائمًا وابدا للتقيم المستمر لكافة جوانبها العلمية أو المجتمعية وذلك من خلال مراعاة استخدام القواعد العلمية والأخلاقية سواء في أسلوب إجرائها أو نشر نتائجها أو توظيفها لخدمة القضايا المجتمعية بشكل عام.

سابعًا: طرق قياس الرأي العام:

يسعى الباحث الاجتماعي إلى قياس الظواهر الاجتماعية متوخياً درجة عالية من الدقة والموضوعية وخاصة فيما يتعلق منها بقياس الاتجاهات أو الرأي العام.

ويعني القياس بتقدير الظواهر موضوع القياس تقديرًا كميًا مع وصف البيانات وتقدير الأشياء والمستويات، في صورة رقمية يتم تفسرها وتحليلها من خلال المقاييس الإحصائية التي تفسر تلك الأرقام وتكسبها دلالاتها التحليلية المحققة للهدف(٢٩).

ويستخدم القياس الاجتماعي في تحليل الأبنية الداخلية للجماعات وذلك عن طريق الكشف عن مظاهر الألفة والنفور والحب والكره والموافقة والرفض والاتفاق والاختلاف بدرجاتها المتفاوته فضلاً عن استخدامه في قياس العلاقات الاجتماعية للأفراد لها ودراسة الاتجاهات والقيم والآراء والمعتقدات وقياس الذكاء ومستويات الطموح وكذلك الميول المهنية ودرجة التكيف والرأي العام.

ويكاد يجمع جميع الباحثون في مجالات الرأي العام وقياسه على وجود ثلاثة طرق لقياسه هي:

١. طريقة الاستفتاء: *Questrionnaire*

لاستطلاع الرأي العام بالنسبة لأي مشكلة من المشاكل العامة الوطنية أو العالمية... والاستفتاء في مجال قياس الرأي العام ـ عبارة عن مجموعة من الاختبارات والطرائق والغرض منها الوقوف على اتجاهات الرأي العام حيال العديد من المشكلات العامة التي تشغل بال أو أذهان الجماهير وتتلخص هذه الطريقة في اختيار عينة من الرأي العام يتم تحديدها بدقة بالغة بحيث تكون

ممثلة للمجتمع الأصلي... وتوجه إليها العديد من الأسئلة التي تحوي هذه الأسئلة طبقًا لخطة معدة سلفًا بكل دقة ويتم استخلاص النتائج من اجابات الأفراد على هذه الأسئلة... ويتم سؤال الأفراد بتسليم استمارة الاستفتاء شخصيًا أو ترسل إليهم بالبريد أو تذاع على الجمهور عن طريق أجهزة الاعلام المتنوعة.

وتستخدم استفتاءات الرأي العام في هذه الايام على نطاق واسع فيما يعرف «ببحوث الرأي العام» وتشمل هذه البحوث أوجه اهتمام وأنشطة مختلفة كاستطلاع اتجاهات الرأي العام حول انتخابات عامة بين الاحزاب السياسية والاستفتاءات التي تدور حول موضوعات اقتصادية، كسياسة الغاء الدعم أو ابقائه في بعض السلع الغذائية، أو موضوعات اجتماعية كدراسة الرأي العام حول قانون الأسرة، وما إلى ذلك من المسائل والموضوعات التي تهتم بها قطاعات المجتمع المختلفة.

ويتم الاستفتاء بعدة مراحل هي:

أ- الخطة العامة:

وهي عبارة عن وضع تصور عام عن المشكلة المراد قياس الرأي العام حيالها... بحيث يتم دراسة هذه المشكلة بعناية فائقة وتوضع الافتراضات المتنوعة عن امكانيات تنفيذ خطة الاستفتاء حسب طبيعة المشكلة.

ب- تصميم استمارة الاستفتاء:

وهذه المرحلة من أهم مراحل قياس الرأي العام حيث أن الدقة في أختيار الأسئلة اعداد الاستمارة وما تتضمنه من بساطة ووضوح ومراعاة نفسية وظروف الأفراد الموجهة إليهم الإستمارة حيث يكون لها أثر كبير في صحة أو عدم صحة النتائج المستخلصة من جهة الإجابات على هذه الأسئلة.

جـ اختيار العينة :

ويتم اختيار العينة من خلال مراعاة طبيعة الجمهور، العدد، النوعية، المستوى الاقتصادي والاجتماعي وغير ذلك من الاعتبارات التي تجعل العينة ممثلة للمجتمع الأصلي (المجتمع المراد التطبيق عليه) تمثيلاً جيدًا.

٢. مسوح الرأي العام وبحوثه: *Survey Method*

يستهدف مسح الرأي العام التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والمفاهيم والقيم والدوافع والمعتقدات والانطباعات والتأثيرات المختلفة لدى مجموعات معينة من الجماهير تبعًا للهدف من إجراء المسح.

ويتحدد حجم ونوعية الجمهور الذي تجرى عليه الدراسة المسحية وفقًا للمعايير التالية:

أ – معيار النطاق الجغرافي للجمهور: الذي يمكن بمقتضاه تقسيم المسح إلى مسح عام يشمل الجماهير في مختلف المناطق داخل الدولة الواحدة مثلاً أو في الدول العربية أو مسح يشمل الجماهير في منطقة أو مدينة أو قرية معينة.

ب – معيار نوعية الجمهور: الذي تجرى عليه الدراسة ويمكن بمقتضاه تقسيم المسح إلى مسح عام أي يشمل مختلف فئات الجماهير، ومسح خاص أي يشمل فئة معينة كالأطباء أو المهندسين أو العمال مثلاً ويتداخل معيار النطاق الجغرافي مع معيار نوعية الجمهور بحيث يمكن إجراء مسح عام للجمهور العام أو مسح عام للجمهور المحلي، كما يمكن إجراء مسح عام على نطاق المناطق لفئة خاصة من الجمهور، ومسح محلي لفئة خاصة من الجمهور.

ج – معيار الأسلوب الأخصائي المستخدم في تحديد مجتمع الدراسة، والذي بمقتضاه يتم تقسيم المسح إلى مسح شامل أي أن تجرى الدراسة فيه على كافة مفردات المجتمع ومسح بالعينة اي بأختيار عينة ممثلة من مفردات المجتمع لاجراء الدراسة عليها، ويتداخل هذا المعيار أيضًا مع المعيارين السابقين حيث يمكن مثلاً إجراء مسح عام للجمهور باستخدام العينة أو مسح محلي خاص شامل أو باستخدام العينة وهكذا.

كما تختلف مناهج البحث أيضًا من حيث أسلوب العرض الذي يمكن بمقتضاه تقسيمها إلى نوعين هما المسح الوصفي الذي يكتفي فيه الباحث بتوصيف الظاهرة أو الظاهرات موضوع الدراسة دون الدخول في أسبابها، والمسح التفسيري الذي يشتمل إلى جانب الوصف ـ على عرض للأسباب التي أدت إلى ما هو حادث فعلاً وما يمكن عمله لتغييره في الاتجاه الصحيح.

وتمثل النتائج التي تسفر عنها الدراسات المسحية للرأي العام ذخيرة أساسية من المعلومات التي تفيد في ترشيد السياسات والخطط الاعلامية على أسس سليمة وتوجيه الحملات الاعلامية المركزة على نوعيات معينة من المواد الاعلامية بقصد ترشيد الرأي العام، وتصحيح المعلومات والانطباعات الخاطئة لديه والتأكيد على القيم والمفاهيم والمعتقدات الإيجابية لديه، وتكوين الرأي العام المستنير.

ويمكن تقسيم بحوث الرأي العام إلى ثلاثة أنواع رئيسية ـ مع التأكيد على أهمية كل نوع منها متكاملة مع الأنواع الأخرى ـ وهو نوع التقسيم الوظيفي لبحوث الرأي العام وذلك على النحو التالي:

أ- استطلاع الرأي العام :

وهو النوع الأول من البحوث والذي يستهدف التعرف السريع والفوري للرأي العام حول قضية أو قضايا معينة في مجال أو عدة مجالات (سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية) وذلك لمعرفة مدى الموافقة أو القبول أو الرفض لهذه القضية أو الموضوع ونوعية الجمهور أو لفئات المطلوب التركيز عليها لمعرفة رأيها ويعطي لهذا النوع من الاستطلاعات نتيجة سريعة توضح النسبة المئوية للموافقة أو الرفض لدى هذه الفئات ويتسم هذا النوع بالسرعة والحالية لمواجهة متطلبات فورية لكنه لا يعطي نتائج متعمقة عن اتجاهات الرأي العام.

ب- قياس اتجاهات الرأي العام :

وهو النوع الثاني من البحوث الذي يتلافى عيوب النوع الأول ويعتبر استكمالاً وامتدادًا له حيث يسعى إلى قياس شدة الرأي العام وعمقه إزاء القضية أو القضايا التي تم استطلاع الرأي العام في النوع الأول شأنها بحيث يتعدى الأمر مسألة الاستطلاع الفوري السريع لنتعرف على شدة الاتجاه لديهم نحو القضية أو القضايا التي يقاس رأيهم بشأنها، وهكذا يركز النوع الأول على الإجابة بنعم أو لا أو أقبل أو أرفض بينما النوع الثاني على مدى الموافقة أو الرفض ولأية درجة ولدى أي نوعيات من الجمهور، ويتميز هذا النوع من البحوث على البطء النسبي في إجرائه، وفي استخراج نتائجه وتحليلها كما يختلف عن النوع الأول في استخدام أساليب وطرق قياس مختلفة فنيًا ومن حيث التصميم والمعالجة عن الأساليب والطرق البسيطة المختصرة التي يمكن أن تستخدم في النوع الأول، كما أن نتائج هذا النوع من البحوث تعطي أبعادًا أكثر عمقًا وتحليلاً شاملاً ومتعمقًا لاتجاهات الرأي العام من حيث قوتها وشدتها وكثافتها لدى كل نوعية وكل فئة من نوعيات وفئات الجمهور.

ج ـ بحوث الرأي العام:

وهو النوع الثالث من البحوث الذي يفيد في توفير نوع من المعلومات والبيانات اللازمة لتحليل نتائج استطلاعات الرأي العام وقياس اتجاهاته على أسس موضوعية ومعرفية سليمة وواضحة ومستنيرة، كما يتضمن هذا النوع من البحوث أيضًا إجراء دراسات تحليل مضمون لما ينشر أو يعرض أو يذاع من خلال الوسائل الاعلامية المختلفة في الخارج لمعرفة الآراء والاتجاهات السائدة بالنسبة لكافة القضايا المثارة بالنسبة للرأي العام الخارجي.

ويمكن إجراء نفس هذه الدراسات التحليلية على المواد الاعلامية المنشورة أو المعروضة أو المذاعة بوسائل الاعلام الداخلية للتعرف على الموضوعات والقضايا والآراء والاتجاهات المتضمنة فيها، وأساليب المعالجة ومدى التركيز على كل قضية أو موضوع.

٣. تحليل المضمون:*Content Analysis Method*

وتستخدم هذه الطريقة عادة في قياس الرأي العام العالمي حيث تهتم الحكومات بالوقوف على اتجاهات الرأي العام العالمي حتى تتوافق سياستها الداخلية والخارجية مع هذه الاتجاهات العالمية، الحديثة سواء في مجال السياسة أو الاقتصاد أو الثقافة...إلخ وبطريقة لا تتعارض مع قيمها ،اهدافها التي تسعى إلى تخطيطها ونظرًا لعدم إمكانية استخدام طريقة الاستفتاء المسحي في هذه المضمار فقد لجأ الباحثون المهتمون بدراسات الرأي العام إلى طريقة تحليل المضمون على اتجاهات الحكومات والشعوب في الدول الأخرى[٣٢].

ثامنًا: مشكلات قياسات الرأي العام:

١. الاختلاف بين السلوك اللفظي وغير اللفظي:

مازالت مسألة قياس الاتجاهات والرأي العام مثار خلاف ومن ذلك مدى إعتبار الاتجاهات المعبر عنها باللفظ دليلاً على الاتجاهات الحقيقية للشخصية وهو الأمر الذي يرتبط بالعلاقة بين السلوك اللفظي والسلوك غير اللفظي – الظاهر) بمعنى آخر مدى اتفاق أفعال الشخصية وأقواله أو مع درجته على مقياس الاتجاه.

فقد تتفق أقوال الشخص مع أفعال وقد تختلف هذه الاقوال مع ما يقوم به من أفعال.

٢. الصلة بين الاتجاه العام والاتجاه الخاص:

فالاتجاه العام لدى الشخصية هو ما يجهر به علنًا في حين أن الاتجاه الخاص لا يفصح عنه إلا لأقرب المقربين فيه ويلاحظ أنه كلما زادت درجة الأمان لدى الشخص كلما اتفق الاتجاه العام لدية مع اتجاه الخاص إلا أنه لا يمكن تطابقها تمامًا لديه كما أنه يجب أن نفرق بين ما يقوله الشخص وبين حقيقة تفكيره فهناك الرأي الخاص الذي يحتفظ به الشخص لنفسه وهناك الرأي المعلن الذي يشارك به مع المجموع وهو ما يعرف بالرأي العام لديه ونتيجة لهذا الاختلاف بين الرأي العام والرأي الخاص فقد أعترض البعض على عدم مصداقية القياس إلا أن هذا الرأي مبني على سوء فهم لمعنى الصدق وعلى ذلك فأن لكل من الرأي العام والرأي الخاص أهميته، كما أن الفرق بينهما له دلالات معينة يجب مراعاتها وأنه من الواجب قياس كل منها بالطرق المناسبة .

٣. مشكلة صدق مقياس الاتجاه أو قياس الرأي العام :

وهي مشكلة أساسية تنشأ في استخدام كل مقياس أو أختبار أو أي أداه من أدوات القياس الأخرى حيث تعتمد هذه الأدوات على التقرير اللفظي للشخص نفسه عن موضوعات لا تلاحظها ملاحظة مباشرة، وهذا التقرير يتحمل الصدق أو الكذب، ومعه، فقد تأخذ به على ما هو عليه أو تحاول التحقق من صدقه، بأي من الطرق المتاحة ومنها: تقارير الأصدقاء، البيانات المعتمدة من دراسة تاريخ الحالة، عضوية الفرد في الجماعات المختلفة.

وقد يحاول الباحث القائم بالمقابلة تقدير مدى إستجابة المبحوث (الفرد) بملاحظة مدى استجابتة وسرعة ردودة وتعليقاته وكذلك درجة صوته وتعبيرات وجه إلا أن هناك صعوبات متعدده منها: الذاتيه في تقدير الصوت وتعبيرات الوجه وإختلاف هذه الذاتيه من باحث وآخر وفي ذات الوقت إختلاف هذه الدلالات المتتالية من باحث لآخر، وهنا يلجأ الباحث إلى الأعتماد على الاتساق الداخلي وعلى معاملات الارتباط بمقياس آخر للاتجاه أو على صدق المحتوى المبني على نتائج فحص وتصنيف أسئلة المقياس طبقاً للموضوعات المثاره.

أما في استفتاءات الرأي العام فالامر مختلف، حيث يندر محاولة التاكد من صدق نتائجها، فيما عدا التنبؤ مقدماً بها، في حين تكون النتائج الفعلية هي المحك الرئيسي في هذا الشأن.

٤. مشكلة عدم ثبات الرأي العام :

يعترض البعض على مدى إمكانية قياس الرأي العام نظرًا لديناميته وتغيره المستمر وعدم ثباته من فترة إلى أخرى ومن ثم فهو غير قابل للقياس ذلك أن كل من الاتجاه والرأي العام غالباً ما تتسم بالثبات إلا في ظل

الأحداث الضخمة أو بالنسبة للموضوعات البسيطة الهامشية، ويضاف إلى ذلك أن هناك مشكلات مشتركة في إعداد مقاييس الاتجاهات والرأي العام ومنها ما يتصل باختيار العينات أو إجراء المقابلات أو صياغة الأسئلة وهو الأمر الذي يدعونا إلي بحث معايير نجاح قياسات الرأي العام[٣٢].

تاسعًا: معايير أساسية لنجاح قياس الرأي العام:

- أعداد وصياغة الأسئلة:

تعتبر صياغة الأسئلة من أهم عناصر نجاح دراسات الرأي العام حيث تتطلب هذه الصياغة التدقيق والعناية الفائقة، بإعتبار أن النتائج قد تتغير طبقًا لصيغة السؤال ولطريقة طلب الإجابة عنه.

ومن أهم عناصر الصياغة «اللغة» والتي يجب أن تكون واضحة، وبعيدة عن التركيبات الغير مألوفة، وأن تتيح أكبر فرصة ممكنة لتسهيل تناول الفكرة بين الباحث والمبحوث، وذلك بأن تكون في حدود فهم المبحوث، وتزداد مشكلة اللغة تعقيدا عند ضم العينة لأفراد غير متجانسين في درجة الثقافة، أو الوعي، أو الفهم، وفي مثل هذه الحالة يجب اختيار اللغة المناسبة والتي يستطيع فهمها أقل أفراد العينة ثقافة، مع مراعاة إلا تبدو مبسطة تبسيطا مغاليا فيه[٣٤].

كما يجب مراعاة أنه في حالة توجيه أسئلة خاصة بمعلومات قد تكون فوق مستوى المبحوث، أن يتم التمهيد للسؤال بحذر، كأن نقول (ناس كتير ماسمعوش عن الاستنساخ، يا ترى انت سمعت عن الموضوع ده ولا لأ).

ومن الاعتبارات الواجب مراعاتها عند صياغة الأسئلة الحرص على عدم التحيز، بمعنى ألا تتم الصياغة بطريقة توحي بالإجابة، أو تحمل الإجابة بين طياتها، ومثال ذلك أن يوجه سؤال عن تحديد القيمة الايجارية للأرض في الصورة التالية «أظن أنك موافق على تحديد القيمة الايجاريه للأرض، مش كده؟.

وقد ينشأ التحيز نتيجة لاستخدام عبارات مشحونة عاطفيا أو تضمين السؤال معنى التأييد أو المعارضة، وليس الاثنان معا، وبما يوحي للمبحوث بالاجابة المطلوبة، وهو الأمر الذي يتنافى مع الصياغة الجيدة.

ومن شروط الصياغة الجيدة أيضًا الحرص على تضمين السؤال فكرة واحدة، حتى لا يختلط الأمر على ذهن المبحوث فتأتي إستجاباته مشوشة. حيث من الأفضل أن يتضمن السؤال فكرة واحدة أو جانبا فقط من هذه الفكرة، مما يسهل على الباحث عملية تصنيف إجابات المبحوث، ويستثنى من ذلك حالات قياس الرأي العام، أو الاتجاه العام، نحو موضوع معين، أو محدد حيث يمكن في مثل هذه الحالة أن يصاغ السؤال في صورة عامة تجمع أغلب أبعاد الموضوع المراد قياسه.

ومن شروط الصياغة الجيدة أيضًا تحديد فئات الاستجابة، حيث يفضل أن تتراوح ما بين ثلاثة، أو خمسة استجابات، ومن ثم لا يتم تقييد حرية المستجيب إن قلت عن ذلك، أو صعوبة الاختيار لديه أن زادت عن ذلك. كما يجب مراعاة تدرج هذه الفئات في شدة تعبيرها عن الاتجاه. ومن أمثلة الفئات:

- إستجابة في فئتين فقط مثل: «نعم»، «لا».
- إستجابة في ثلاث فئات مثل: «موافق بشدة»، «موافق إلى حد ما»، «لا يهمني الأمر».
- إستجابة في خمس فئات: موافق بشدة - موافق - لم إستقر على رأي - معارض - معارض بشده.
- ولا شك أن استخدام الأسئلة المرجعية يعد من عوامل الصياغة الجيدة، حيث يتم بواسطتها الكشف عن الإطار المرجعي للمستجيب. وهناك نوعان من هذه الأسئلة:

- **الأسئلة المقفولة (المقيدة):**

وهي التي يطلب فيها الاستجابة بأحد المتغيرات المحددة مثل «نعم» أو «لا»، أو «موافق»، «غير موافق»، وبحيث لا تكون هناك استجابات أخرى أمام المستجيب، ويستخدم هذا النوع في الحالات التي لايوجد لها أكثر من إطار مرجعي واحد للاستجابة ومثال ذلك السؤال عن الحالة الزوجية للفرد، «متزوج» - «غير متزوج».

ومن مميزات هذا النوع:

- البساطة وقلة التكاليف والسرعة.
- سهولة الاستخدام في المقارنة والمقابلة.
- سهولة تصنيف الاستجابات وتسجيلها.
- تفادي الاستطراد ومشقة التطويل بلا مبرر.

ومن عيوب هذا النوع:

- اختلاف إدراك المستجيب للسؤال ولمعناه من شخص لآخر.
- اختلاف تفسير السؤال بين شخص وآخر نظرا لاختلاف العوامل المعرفية والانفعالية.

ونتيجة لذلك فقد تعكس الفروق في الاستجابات، فروقا في التفسير بدلا من فروق في الرأي العام أو في الاتجاه.

وعموما فإنه يمكن القول بأنه يتم استخدام الأسئلة المقفولة عند الرغبة في الحصول على الحقائق من خلال أسئلة محددة.

• الأسئلة المفتوحة (غير المقيدة):

وهي التي تسمح للمستجيب بالتعبير الحر عن اتجاهه وعن إطاره المرجعي، وبدون التقيد بفئات محددة. وفي حالة دراسات الرأي العام تنشأ الحاجة وتكون ماسة لتسجيل الاستجابات وتصنيفها، ومن ثم يجب التوفيق بين هذه الحاجة والحصول على إجابات حره غير مقيده، ويتم ذلك عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة توجه بنفس الترتيب لكل الأفراد، على أن يراعي في هذه الأسئلة التدرج المنطقي، بحيث تقود المستجيب إلى الحديث في نواح متعددة، وخاصة داخل الإطار الذي يرغب فيه القائم بالمقابلة.

وفي إطار قياسات الرأي العام يجب مراعاة ترتيب الأسئلة على النحو الذي يؤدي إلى تحديد وجهة الرأي العام *Direction* ثم شدته *Intensity* وأصله *Genesis*. أي جذوره وأسباب تشكيله بالصورة التي يكون عليها. بهدف الحصول على المعلومات التي تساعد في فهم الرأي العام، وربما في التأثير عليه.

وفي سبيل ذلك يفضل البدء بأسئلة المعلومات، والتي يقاس بها مدى معرفة المستجوب بموضوع، أو قضية البحث، ومن ثم معرفة من يعرف ومن لا يعرف، لذلك يطلق على مل هذه الأسئلة «اسئلة التصفية *Filter Questions* وتفيد هذه الأسئلة في:

- إلقاء الضوء على الجذور أو الأصول.
- تمهيد الطريق لمناقشة الموضوع.

ثم يلي ذلك الخطوة الثانية والتي تعني بتحديد وجهة الرأي، ويتحقق ذلك بإستخدام الأسئلة «المفتوحة» ومن أمثلتها:

«ما الذي يجب عمله في رأيك لـ .....»، «ما هو موقفك من قضية...»، «هل تؤيد هذا الأقتراح أو لاتؤيده».

وهي أسئلة يمكن استخدمها أيضًا لدراسة أصول وشدة الرأي.

وهناك ترتيب للأسئلة يطلق عليه «الترتيب القمعي»، حيث تتدرج فيه الأسئلة من أسئلة عامة تتناول الموضوع بوجه عام، ثم تنتقل إلى دوائر أضيق داخل الموضوع العام، ثم تتدرج لتتناول ناحية خاصة من الدائرة السابقة، ويلاحظ أنه مهما ضاقت دائرة السؤال فإنه لا يزال من النوع المفتوح الذي يتجنب تحديد الإجابة للمستجيب، والذي يحقق تيسير تفسير الإستجابة في ضوء الإطار المرجعي للمستجيب، وأيضًا إبراز الاتجاه وتلقائيته.

وتزداد قيمة هذه الأسئلة بالنسبة للمشكلات غير المتبلورة، حيث تتيح للمبحوث الحرية في التعبير عن مشاعره وآرائه وأفكاره وانفعالاته بحرية مطلقة.

ويمكننا الجمع بين مزايا الأسئلة المفتوحة والمقفولة بإتباع الخطوات التالية:

١. الدراسة المبدئية لعينة صغيرة تستخدم فيها الأسئلة المفتوحة للكشف عن الأبعاد الرئيسية للمشكلة، ومن ثم تيسير إعداد أسئلة دقيقة من النوع المقفول.

٢. توجيه الأسئلة المقفولة لأفراد العينة الكلية.

٣. إجراء مقابلات مع أفراد عينة صغيرة بإستخدام الأسئلة المفتوحة لدراسة أعمق لبعض نواحي المشكلة التي تكشف الأسئلة المقفولة عن أهميتها ودلالتها.

ويتعين دائمًا وفي كل الحالات إختبار الأسئلة اختباراً قبليا، للتأكد من أن الاستجابات التي تؤدي إليها سوف تحقق أهداف البحث، وأن هذه الأسئلة مفهومة، وأنها لا تجرح مشاعر المستجيب، هذا فضلاً عن اسهام هذا

الاختبار القبلي في وضع الخطة الزمنية لمراحل البحث، وفي تحديد الإجراءات الاحصائية، وتصنيف الاستجابات وتسجيلها على البطاقات...إل[٣٥]

اختيار العينات:

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية، في البحوث الاجتماعية عموما، وبحوث الرأي بشكل خاص. حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه.

فإختيار العينات مشكلة هامة ورئيسية في كل دراسات الرأي العام، ولكي تختار عينة ممثله، علينا أولا أن نحدد أبعاد المجتمع الأصلي بدقة، وأن نقوم بتصنيفه حتى يمكن إختيار عينه ممثله له. فإذا كان المجتمع غير متجانس وكبيرا في ذات الوقت، كما هو الحال بالنسبة للناخبين على مستوى الجمهورية، فإنه يصعب الحصول على عينة ممثله تماما، ومن ثم يزداد احتمال الحصول على تقديرات غير دقيقة للرأي العام، لذلك يجب مراعاة إعتبار حدود العينة، قبل التعميم في نتائج الدراسة.

ولكل عينة مزاياها وعيوبها مثال:

العينة الطبقية:

- يصعب فيها التحديد للمتغيرات الهامة والدالة التي تعين على أساسها طبقات الاختيار في الموقف المعين.
- احتمالية تحيز القائم بالمقابلة إلى اختيار الأفراد في كل طبقة.

وهناك شرطان أساسيان يجب توافرهما في العينة:

١. أن تكون العينة ممثلة للمجتمع الأصلي، أي تتشابه خصائص العينة مع خصائص المجتمع كله.

٢. ضرورة أن تكون للمجتمع الأصل فرصا متساوية في الاختيار، بمعنى أن يكون الإطار الكمي للمجتمع الأساس الذي يتم الاعتماد عليه في اختيار العينة حديثا وشاملا لكافة المفردات، وأن يضم مختلف الحالات والأفراد، دون اغفال بعضهم أو حذفه ودون التحيز للبعض دون الآخرين[٣٦].

المراجع المستخدمة

١. سعيد يماني العوض: العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية، دار النمر للطباعة ١٩٩٦، ص:١٦-١٦٨.

٢. غريب محمد سيد أحمد:علم اجتماع الاتصال والاعلام، مرجع سابق، ص:١٢٨.

٣. سامية محمد جابر: الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، مرجع سابق، ص:٢٢.

٤. غريب محمد سيد أحمد:علم اجتماع الاتصال والاعلام، مرجع سابق، ص:٢٩.

٥. أحمد أبو زيد: الاعلام والرأي العام، عالم الفكر، المجلد الرابع، ١٩٨٤، ص:١٢.

٦. سامية محمد جابر: الاتصال الجماهيري ، مرجع سابق، ص:٢٧٨.

٧. نبيل صادق وأخرون: العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية، ١٩٨٠، ص:٥٤.

٨. رشاد أحمد عبد اللطيف: تنمية المجتمع وقضايا الاعلام التربوي، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية،١٩٩٥، ص:١٦٧.

٩. غريب محمد سيد أحمد:علم اجتماع الاتصال والاعلام، مرجع سابق، ص:١٣٦.

١٠. المرجع السابق، ص:١٣٦.

١١. سامية محمد جابر: الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث ، مرجع سابق، ص:٢١٠.

١٢. هالة منصور: الاتصال الفعال، مرجع سابق، ص:٦٨.
١٣. سامية محمد جابر: الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث ، مرجع سابق، ص: ٢١٤.
١٤. زيدان عبد الباقي، وسائل وأساليب الاتصال، مرجع سابق، ص:٣٤٨.
١٥. سامية محمد جابر: الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث ، مرجع سابق، ص: ٢٦٣.
١٦. هالة منصور: الاتصال الفعال، مرجع سابق، ص:٧٢.
١٧. زيدان عبد الباقي: وسائل وأساليب الاتصال، مرجع سابق، ص:٣٤٨.
١٨. غريب محمد سيد أحمد:علم اجتماع الاتصال والاعلام، مرجع سابق، ص:١٦٦،١٦٥.
١٩. نبيل صادق وآخرون: العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية، مرجع سابق، ص: ٥٥.
٢٠. غريب محمد سيد أحمد:علم اجتماع الاتصال والاعلام، مرجع سابق، ص: ١٦٦.
٢١. زيدان عبد الباقي، وسائل وأساليب الاتصال، مرجع سابق، ص: ٤٢٦.
٢٢. المرجع السابق، ص:٤٢٨.
٢٣. رشاد أحمد عبد اللطيف: الاتصال في الخدمة الاجتماعية، مرجع سابق، ص: ١٧٠.
٢٤. غريب محمد سيد أحمد:علم اجتماع الاتصال والاعلام، مرجع سابق، ص: ١٧٢.
٢٥. سامية محمد جابر: الاتصال الجماهيري ، مرجع سابق، ص: ١٧٩.

٢٦. رشاد أحمد عبد اللطيف: تنمية المجتمع وقضايا الاعلام التربوي، مرجع سابق، ص:١٧٦.

٢٧. محمد شفيق: البحث العلمي، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ٢٠٠٠، ص:٩.

٢٨. هالة منصور: الاتصال الفعال، مرجع سابق، ص:٨٦.

٢٩. محمد شفيق: البحث العلمي، مرجع سابق، ص:١٥٣.

٣٠. رشاد أحمد عبد اللطيف: تنمية المجتمع وقضايا الاعلام التربوي، مرجع سابق، ص:٦٧.

٣١. نبيل صادق وأخرون: العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية، مرجع سابق، ص:٦٧.

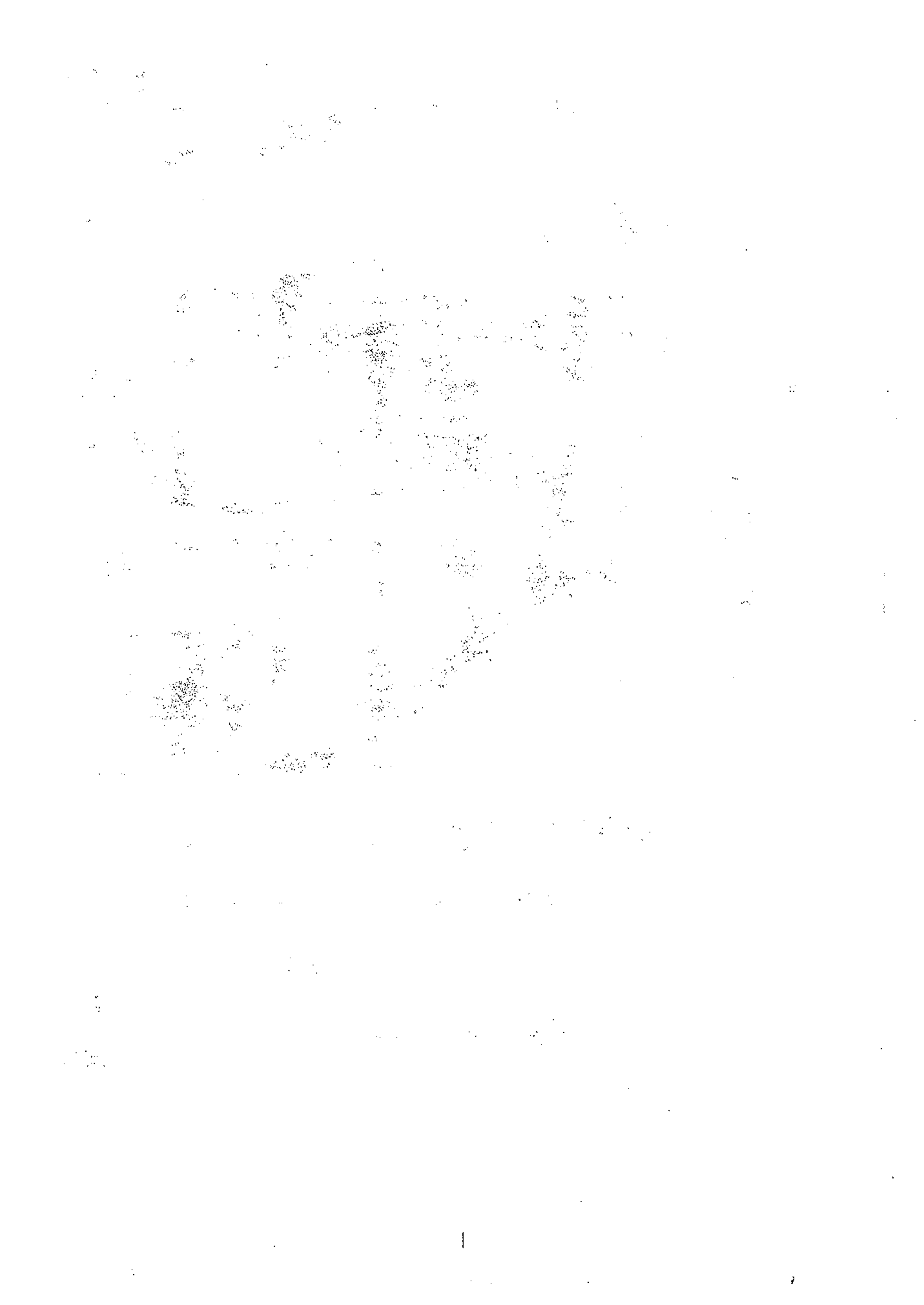
٣٢. رشاد أحمد عبد اللطيف: الاتصال في الخدمة الاجتماعية، مرجع سابق، ص:١٧٩-١٨٠.

٣٣. هالة منصور: الاتصال الفعال، مرجع سابق، ص:١٠٥-١٠٦.

٣٤. محمد شفيق: البحث العلمي، مرجع سابق، ص:١٧٠-١٧١.

٣٥. لويس كامل مليكة: سيكولوجية الجماعات والقيادة، مرجع سابق، ص: ٧٦٩-٧٧٩.

٣٦. محمد شفيق: البحث العلمي، مرجع سابق، ص:٧٨٧-٧٨٨.



الفصل السابع

الإعـــلام

أولاً مفهوم الإعلام.

ثانياً الإعلام والدعاية.

ثالثاً الإعلان.

رابعاً تحليل عملية الإعلام.

خامساً وسائل الإعلام وعوامل نجاح الرسالة الإعلامية.

سادساً مستقبل ملكية وإدارة وسائل الإعلام.

سابعاً الإعلام والتنمية.

ثامناً تحديات الإعلام المحلي في ظل العولمة.

إذا كنا نعني بالاتصال: توصيل أو نقل معلومة أو خبر او رأي من جماعة إلى أخرى أو من فرد إلى جماعة أو من هيئة إلى هيئات أو جمهور بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية واتجاهات الجماهير حيث أن كل جمهور يختلف من حيث قدراته ومهاراته وخبراته وتشكيلة والنظم التي تحكمه وجمهور أخر يختلف عن هذا الجمهور في إحدى المسائل السابقة أو غيرها فمثلاً جمهور قطاع الصناعة يختلف عن جمهور قطاع الزراعة أو التجارة وكذا يختلف الجمهور في قطاع الخدمات عن قطاع السياحة أو الرياضة أو الفن .. كما أن الجمهور الذي يهتم بمسائل اقتصادية يختلف عن ذلك الذي يهوى المسائل السياسية أو العسكرية أو الاجتماعية، وإذا حاولنا إلقاء نظرة على الجمهور الذي يمكن أن تخاطبه منشأة أو هيئة ما فحينئذ يمكن تقسيمه إلى الفئات التالية:

١. الجمهور الداخلي

أو جمهور المؤسسة ويشمل مجلس الإدارة والرؤساء والمرؤسين من الموظفين والمستخدمين والعمال، كما يشمل أيضاً حملة الأسهم، فهذا الجمهور له مصالح ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالمنشأة أو المؤسسة، ولهذا فمادة الاتصال توجه لتوعية جمهور آخر.

٢. الجمهور التجاري

ويشمل المستهلكين والوسطاء والمصدرين والدائنين والمنافسين وما إليهم من هذه الفئة الاجتماعية ولا يمكن بحال أن تكون مادة الاتصال هي التي توجه لجمهور الفئة السابقة، كما أن وسيلة الاتصال أو أداة الاتصال قد تختلف فإن كانت تخاطب الفئة الأولى فسوف تتمثل في الكتيبات أو المنشورات

أو السبورة الاخبارية أو اللوحة الوبرية أو مواد الاتصال الأخرى التي يمكن أن تضع في وسيلة اتصالية غير الاذاعة أو الجريدة أو السينما أو الصورة .. تلك الوسائل التي يمكن استخدامها مع جمهور الفئة الثانية.

٣. الجمهور الخارجي

ويقصد به سكان المنطقة التي توجد فيها المؤسسة أو الجمهور الكلي العام الذي يقطن مجتمعاً محلياً أو المجتمع بأسره.

ويمكن القول بأن الجمهور جماعة من الناس ذات مصالح مشتركة بين أفرادها الذين يشعرون بروابط تجمعهم وتجعلهم يتأثرون تأثيراً جماعياً بالنسبة لمسألة معينة، وهكذا يتحدد مفهوم الجمهور بروابط مشتركة وبالوعي وبالشعور الجماعي، وهذا يتطلب من رجل العلاقات العامة أو الإعلام دراسة الجماعة وتكوينها وكيفية توجيهها، كما يتطلب منه أيضاً دراسة ديناميات الجماعة وأسس البناء الاجتماعي و موجهات التنظيم الاجتماعى.

ويتفق الكتاب على أن الإعلام يرمي إلى اليقظة والنمو والتكيف الحضاري والرقي بمستوى الرأي العام والإرتفاع به، فمن ضمن مقتضيات الحياة الديمقراطية أن يفهم أعضاء المجتمع ما يجري فيه من أحداث ومن واجبهم أن أن يصدروا أحكاماً منصفة على المسئولية والقادة ولا يتيسر هذا الأمر إلا إذا كانت معلومات هؤلاء الأفراد من الكفاية والدقة بحيث تمكنهم من إصدار أحكام يترتب عليها تطور المجتمع، ومن هنا جاءت وظيفة الإعلام في المجتمع بوجه عام[1].

أولاً : مفهوم الإعلام

الإعلام قديم قدم المجتمع البشري، فمنذ أن وجد الإنسان على هذا الكوكب .. استخدم بعض الحركات (الشكل البدائي للإعلام قبل أن يهتدي الإنسان إلى اللغة) وقد وجد الإعلام بشكله البسيط (نقل الأخبار والمعلومات بصورة موضوعية) والإعلام من حيث اللغة يعني (إخبار أو إطلاع الآخرين .. ويحوي معنى التعليم وهو يعني بالإنجليزية *Information* أي المعلومات). وقد عرفت عدة تعريفات للإعلام حيث عرف بأنه (النقل الحر والموضوعي للأخبار والمعلومات بإحدى وسائل الإعلام .. أو أنه نقل الأخبار والوقائع بصورة صحيحة).

واصطلاح الإعلام يمكن تعريفه أحياناً بطريقتين: الاتصال عن طريق الوسائل، الاتصال بالجماهير .. ومع ذلك فالإعلام لا يعني الاتصال بكل شخص فالوسائل تتجه نحو اختيار جماهيرها .. كما أن الجماهير تختار أيضاً من بينها ما يلائمها .. ويعد الإعلام بصفة عامة منهج وعملية تقوم على هدف التنوير والتثقيف والإحاطة بالمعلومات الصادقة التي تخاطب عقول الأفراد لترفع من مستواهم وتدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة .. كما تخلق فيهم مناخاً صحياً يمكنهم من التوافق مع المجتمع وأهدافه.

كما يعرف بأنه «التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت».

وللإعلام عناصر ثلاثة وهي:

١- عنصر المرسل.

٢- عنصر المستقبل.

٣- عنصر الأداة أو الوسيلة[٢].

فالمرسل هو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة سواء كانت هذه الجهة هي الحكومة أو الشركة أو الهيئة أو النادي أو الفرد أو الجماعة.

والمستقبل هو من توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء كان فرد أم جماعة، والأداة أو الوسيلة هي ما تؤدى به الرسالة الإعلامية سواء كانت هذه الأداة الصحيفة أو الإذاعة أو التليفزيون أو المؤتمر، أو الوكالة الخاصة بنشر الأنباء أو السوق أو الموطن، إلى أخر هذه الوسائل الإعلامية المعروفة[٣].

ثانياً: الإعلام والدعاية:

وقد اخترنا الإعلام كاصطلاح حديث له مفهومه الخاص الذي يختلف تمام الاختلاف عن الألفاظ القديمة كالنشر والدعاية فليس كل ما ينشر إعلاماً، بل الإعلام هو تلك العملية التي يترتب عليها تأثير فعلي في عقلية الفرد أو الجمهور ولا يمكن أن نطلق على ما ينشر من أخبار وصور وتعليقات وغيرها إعلاماً، إلا إذا تحقق ركن إحاطة الجماهير علما بمضمون الإعلام، ولا يتم ذلك إلا على أساس دراسة الجمهور، وإعداد المواد الإعلامية المناسبة له في الزمان والمكان والظروف المعينة.

فأغراض الإعلام هي التنوير وتعريف جماهير المؤسسة بما يؤدي إلى التفاهم والمشاركة للحصول على الثقة في جميع برامج العلاقات العامة، فالإعلام يرمي إلى التكيف الحضاري واليقظة والنمو[٤].

وهنا يتضح الفرق بين الدعاية والإعلام، فالإعلام يرمي إلى اليقظة والنمو والتكيف الحضاري، ولكن الدعاية لا يهمها إلا تحقيق غايات معينة، مع التضحية بكل شيىء في سبيل تحقيق هذه الغايات فهي لاتعنى بإيقاظ الجماهير، بل على العكس من ذلك تماماً نجد أنها تعمل على تخديرهم، وشل قوة التفكير فيهم، وإيقاظ غرائزهم، ثم العبث بها عن طريق القصص الخرافية، والصور العارية، والأكاذيب المتكررة.

الدعاية ***Propaganda***

وهناك تعريفات متعددة للدعاية يمكن أن نشير إلى أهمها كي نتعرف على عناصرها الأساسية، وأنواعها: وأول هذه التعريفات هو الذي يشير إلى الدعاية باعتبارها: هي تعبئة القوى العاطفية والمصالح الفردية، بقصد حالة من التشتت الذهني أو الغموض الفكري التي تسمح بتسيير عملية الإقناع لفكرة

معينة أو بمبدأ ما وربما كان من العسير أن يتوصل إليه الفرد لو ترك لمنطقه الذاتي ودون أي ضغط معنوي أو توجيه فكري.

وأما التعريف الثاني: فهو يقصد بالدعاية تلك العملية النفسية والتي يقوم على أساسها الشخص إلى تغيير الرأي أو السلوك أو تعديل أي منهما أو كليهما استناداً إلى الكذب أو إلى خلق نوع من الإثارة النفسية بحيث أنه ما كان يمكن أن يميل الفرد إلى ذلك الرأي لو لم يخضع لعملية تشويه للوقائع أو لمنطق الحقيقة.

ولذلك فالدعاية بهذا المعنى لا تقتصر على مجرد نقل الخبر وإنما تسعى إلى الإقناع بوجهة نظر معينة وبواسطة أساليب قد توصف بأنها غير نظيفة وهي تفترض تضليلاً أو تشويهاً في الحقيقة أو تلاعب بمنطقها، وأما غايتها في ذلك فهي تغيير السلوك وليس مجرد الإخبار بواقعة محددة، وهناك تعريف ثالث للدعاية يصفها بأنها عبارة عن أحد مستويات التعامل النفسي بين الدولة والمواطن. وطبقاً لهذا التعريف يمكن أن يطلق المصطلح أيضاً على موقف الفرد يستقبل الحملة الدعائية ومن ثم تمثل هذه الظاهرة إحدى مستويات عملية الاتصال من جانب المستقبل في نفس الوقت الذي تفترض فيه تشويهاً منطقياً أو نفسياً يؤدي إلى التعبير عن ذاته في حركة إيجابية أي أنه يخلق طاقة تعبير بمثابة محرك لاستجابة تتخذ صورة التغير في السلوك.

ومهما كانت طبيعة التباين في هذه التعريفات، فهو يعرف في نهاية الأمر تبايناً شكلياً أو صورياً وهي تكشف عن نقطتين للإتفاق تتعلقان بجوهر الدعاية منها وهما:

١. أن الدعاية من حيث جوهرها هي عملية تشتت ذهني تؤدي إلى تشويه في المنطق وبالتالي أي نوع من التشتت بغض النظر عن أسلوب العملية الدعائية.

٢. أن الغاية النهائية للدعاية هي تغيير مظاهر الإستجابة السلوكية في موقف المواطن من مشكلة معينة[٥].

والدعاية بالمعنى الذي أشرنا إليه لها أنواع عديدة وأشكال مختلفة منها:

- دعاية هجومية لعرقلة أيّ نشاط للمجتمع لا يرغبه الداعي أو ليفرض على المجتمع نشاطاً أخر يرغبه عن طريق الوسائل الثورية أو الدولية أو الدبلوماسية أو الحزبية.
- دعاية دفاعية للمحافظة على أعمال المجتمع ونشاطه الحالي الذي سبق الاتفاق عليه.
- دعاية مجزاه لتقسيم شعوب الأعداء غلى جماعات وأقسام صغيرة وبذلك تقلل من كفاءتهم كوحدة متماسكة.
- دعاية معززة توجه ضد السكان المدنيين في المناطق التي تحتلها القوات العسكرية لتضمن تعاونهم مع الحكام العسكريين وعدم معارضتهم للسياسة التي يضعونها.
- دعاية مضادة لإفساد وتحطيم دعاية العدو[٦].

كما يمكن أن تنوع الدعاية أيضاً تبعاً لتنوع المستقبل، فهل هو داخلي أو خارجي وهل هو صديق أو عدو، وفي هذا الصدد توجد ثلاثة انواع للدعايةوهي الدعاية الداخلية التي تتجه إلى المحتمع الداخلي وهو مجتمع تربطه بمصدر الدعاية عادات وتقاليد مشتركة ومفهوم قومي واحد.

والدعاية الخارجية وهي الحديث أو الخطاب أو الرسالة التي تعبر الجدود وتتجه إلى مجتمعات أخرى وفئات أخرى لا تنتمي إلى المجتمع القومي، وأخيراً توجه الدعاية المعادية أو المضادة وهي التي تدور بين مجتمعين تقوم بينهما عملية صراع عسكري أو غيره، أي أنها توجه إلى عدو أعلن عن عدواته أو عن موقفه العدائي، بحيث يمكن القول بأنها تختلط بالحرب النفسية وفي بعض الأحيان يحدث التمييز بين أنواع الدعاية تبعاً لاختلاف «أسلوبها» أو «للطابع» المميز لها، كما قد تكون هناك علاقة صريحة وواضحة ودعاية خفية ومستترة تتسلل من خلال العمل الإعلامي.

وسواء وصف العمل الدعائي بأنه لا يزال في مراحل تطوره الأولى أو أنه علم استطاع أن يخلق تقاليده وقواعده فهو عملية تدور حول نقل رسالة من شخص إلى شخص يقصد بها تغيير مظاهر الاستجابة عنه وهذا يعني أن العمل الدعائي ينطوي على خمسة مقومات أساسية وهي:

١. المرسل أو المصدر وهو الشخص الذي يقوم بعملية الاتصال بعد أن توافرت لديه النية في العمل على تغيير مظاهر الاستجابة المرتبطة بموقف معين والمعبرة عنه، وفي هذا الصدد تفترض الدعاية منطقين، منطق يملكه الشخص الذي توجه إليه ومنطق أخر يملكه المرسل أو من يقوم بعملية الاتصال، وهناك صراع بين هذين المنطقين لابد أن ينتهي إلى تغلب منطق المرسل على منطق المستقبل لكي يعتبر العمل الدعائي ناجحاً.

٢. الرموز المكتوبة والمنطوقة التي يستخدمها المرسل للتعبير عن مفاهيمه وأفكاره والتي تقوم بعملية التأثير أو الإيحاء أو الإضطراب والتمويه والتشويش، وهي تعتبر بمثابة عناصر تخلق نوعاً من الصدمات الفكرية التي تؤدي إلى سير منطق التفكير السوي في غير طريقه الطبيعي.

٣. قناة الاتصال التي تربط المرسل بالمستقبل وتتحرك اللغة الدعائية من خلالها من المصدر إلى المصب وفي هذا الصدد تتمثل الصورة الطبيعية للاتصال في «وسائل الاتصال الجماهيري» أو ما يسمى «الإعلام الجماهيري» أي الأدوات الأربع المعروفة وهي: الصحافة، والإذاعة، والتليفزيون ، والسينما ولكن من الممكن تصور أدوات أخرى للاتصال تقوم بوظيفة العمل الدعائي كالمسرح، والاسطوانات، والمنشورات، والمعارض الفنية وهي لا تقل أهمية كأدوات للاتصال والعمل الدعائي.

٤. الجمهور أو المستقبل لعملية الاتصال وهو المصب الذي تصب فيه العملية الدعائية وهنا يتعين على رجل الدعاية أن يتجه إلى «قادة الرأي» أو إلى «مركز القوة» في عملية الإقناع، لأن ذلك من شأنه أن يؤدي إلى اتخاذ مواقف تكون بمثابة قدوة للأخرين إلى مواقف مؤثرة وقابلة للإنتشار والمحاكاة.

٥. المنطق الدعائي وهو الذي يسمح بالتجانس في عناصر الاستراتيجية الدعائية. فالمعروف أن الدعاية هي عملية إقناع وأن جوهرها لا يمكن أن يكون صادقاً في جميع عناصره وإلا لما كانت هناك حاجة إلى الدعاية، كذلك لا يجوز أن يكون منطقها كاذباً في جميع عناصره وإلا فإن الدعاية مقضي عليها بالفشل المطلق. ولذلك يتمثل المنطق الدعائي في تحقيق أكبر قسط ممكن من الإقناع ولو كان ذلك على حساب الحقيقة(٧).

وعلى الرغم من الفرق الهائل بين الإعلام والدعاية إلا أن كل منهما يعمل على تكوين اتجاهات الرأي العام كل بأسلوبه الخاص، غير أن الرأي العام الذي يتكون عن طريق الدعاية لا يعتمد فقط على الحقائق ومخاطبة العقل بل على مخاطبة الغرائز واتباع أسلوب الخداع.

كما أن هناك فرق بين الإعلام والتعليم، فالتعليم يعني توصيل الحقائق الثابتة والمهارات والخبرات المختلفة التي ثبتت وتأكدت، أما الإعلام فيقوم على توصيل المعلومات الجديدة والأحداث الجارية التي لم تبلور بعد والتي ليست في صفة قواعد ثابتة أو نظريات قاطعة كما هو الحال في التعليم لكن التكرار في الإعلام ضرورة حيوية لنجاح الرسالة الإعلامية، وإذا بحثنا الفرق بين الإعلام والإعلان فإن كثيراً ما كان الإعلان بواسطة تعليم الجمهور أشياء يجهلها فيزيد من معلوماتهم عن الحياة العامة وبخاصة المعلومات المتعلقة عن مختلف السلع، والمخترعات الحديثة، وكل هذا بدون تكلفة أو عناء، والإعلام يرشدهم إلى طريق انتقاء مشترياتهم فيختارون من السلع المعروضة عليهم ما يوافق رغباتهم ويلائم ظروفهم بواسطة نشر مزايا وخواص من كل منتج أو سلعة ثم إن الإعلان قد ساهم في قسط وافر من التقدم العام وذلك بالنشر عن وسائل التنظيف المختلفة والمطهرات والمجهزات الطبية. معنى هذا أن الإعلان يتفق من حيث الانتشار والمدى مع الإعلام، كما يتفق معه من حيث اثبات حقائق أو إيضاح آراء أو أفكار أو أحداث واقعية مؤكدة ثابتة دون أن يلجأ إلى الدعاية التي تتخذ أسلوب الخداع أو أسلوب التزييف في نشر المعلومات(٨).

ثالثاً: الإعلان *Advertising*

الإعلان في اللغة يعني البيان والإظهار والمجاهرة وهدفه الإعلام أما الإعلان فهو يعني في الإصطلاح:

أ - الإعلان الإخباري أو التعليمي.

ب - الإعلان التجاري.

ولقد عرف قاموس لاروس الفرنسي الإعلان بأنه «مجموعة من الوسائل المستخدمة للتعريف بمنشأة تجارية أو صناعية والمراد منتجاتها».

الإعلان إذاً هو فن التعريف *The art of Making Known* إذ يعاون المنتج على تعريف المستهلك المرتقب بسلعة أو خدماته كما يعاون المستهلك في التعرف على حاجاته وكيفية اشباعها ومن أفضل التعريفات التي وضعت للإعلان حديثاً، هو ما وضعته جمعية التسويق الأمريكية ومؤداه:

«الإعلان هو مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على الجمهور لغرض حثه على شراء سلع أو خدمات أو من أجل التقبل الطيب لأفكار أو أشخاص أو منشأت معلن عنها» وعلى ذلك يمكن أن تحدد للإعلان وظيفتين واضحتين، الأولى حث المستهلكين المرتقبين على إقتناء السلع أو شراء الخدمات، والثانية تهيئة هؤلاء المستهلكين إلى تقبل السلع أو الخدمات أو الأفكار أو الأشخاص أو المنشآت.

أنواع الإعلان:

(١) ينقسم حسب نوع الجمهور الموجه إليه الإعلان إلى:

أ ـ الإعلان الاستهلاكي *Consumer Advertising*

ويوجه من خلال شركات الأجهزة المنزلية وشركات الصابون، وأدوات التجميل .. إلخ. ويستهدف توصيل معلومات معينة عن هذه السلعة أو الخدمة للمستهلك.

ب ـ الإعلان التجاري لرجال الأعمال *Business Advertising*

وهو لا يوجه إلى جمهور المستهلكين ولكن يوجه إلى وكلاء .. والموزعين وأصحاب العمل الذين يستخدمون المواد المعلن عنها في صناعتهم.

(٢) كما يقسم الإعلان حسب نوعية المعلن إلى:

أ ـ إعلان دولي: مثل الإعلانات عن الساعات والسيارات والسجاير.

ب ـ إعلان قومي: وهو على مستوى المجتمع نفسه: انتاج سيارة محلية، أو صناعات وطنية.

ج ـ إعلان محلي: على مستوى نطاق جغرافي صغير بالمجتمع ويكثر لدى تجار التجزئة ودور السينما.

(٣) كما يقسم الإعلان حسب الوسيلة الإعلامية إلى:

أ ـ إعلان في الوسائل المسموعة.

ب ـ إعلان في الوسائل المقروءة.

ج ـ إعلان في الوسائل البصرية.

(٤) ويقسم حسب الهدف منه وينقسم إلى:

أ ـ إعلان لترويج سلعة معينة أو فكرة معينة.

ب ـ إعلان مؤسسي لإحداث تغيير في السلوك نحو مؤسسة معينة وفي وقت معين[٩].

رابعاً: تحليل عملية الإعلام:

يقصد بفلسفة الإعلام، هي محاولة النظر في جوهر الإعلام وتحليله واستقصاء أبعاده المختلفة وهو النظر إلى المشكلة الإعلامية نظرة فلسفية يحدد طبيعة المشكلة ويفسرها وتربط ما بين جوانبها من علامات وتتركز أهداف الفلسفة الإعلامية في أربعة أهداف، الأول حول تحديد هدف النشاط الإعلامي في المجتمع إذ لابد لرجل الإعلام أن يعرف الفلسفة الإعلامية لواقعه الإجتماعي، أما الثاني فتركز حول زيادة فاعليته في المجتمع وقوة تأثيره، فعندما يدرك رجل الإعلام هذه الفلسفة في مجتمعه ويقتنع بها، فإنه يجد الدافع الحقيقي والقوي لإقناع الناس بما يقدم لهم من إعلام، ويتركز الهدف الثالث حول تجنب التناقض أو التضارب في النشاط الإعلامي وتتجلى ذلك في أن فلسفة الإعلام هو الميزان الذي نزن به ما يجوز من عدمه في النشاط الإعلامي، وأخيراً يسعى الهدف الرابع للفلسفة الإعلامية إلى وضع إطار تنظيمي للمؤسسات الإعلامية في المجتمع، لأنه في ضوء هذه الفلسفة يصبح الإطار التنظيمي لهذه المؤسسات واضحاً ويتحدد من يملك الوسائل ومن يديرها وكيف تمول[١٠].

وعملية الإعلام في جوهرها عملية اتصال بين متحدث ومستمع، أو بين كاتب وقارىء، وقد يكون هذا الاتصال على نطاق أوسع فيشمل مجموعة من الكتاب تمثلهم صحيفة أو مجلة أو مجموعة ضخمة من القراء الذين يصل عددهم في بعض الأحيان إلى بضعة ملايين، وينطبق نفس القول على الإذاعة والسينما والمحاضرات والندوات والحفلات وغيرها من وسائل الإعلام الحديث، ولكن عملية الإعلام هي في جوهرها اتصال بين مرسل ومستقبل عن طريق وسيلة إعلامية تنتقل بواسطتها الرسالة الإعلامية من طرف لآخر.

ولا شك أن هذا الاتصال هو قطب الرحى في بناء المجتمع الإنساني، ولولا هذا الاتصال لاستحال بناء مثل هذا المجتمع، فالمعاملات اليومية من تجارة وزراعة وصناعة وثقافة وتعليم وإجراءات قانونية وغيرها لا يمكن تحقيقها دون وسائل الاتصال المختلفة كالمحادثة والخطابات والبرقيات والتليفونات والمناقشات وغيرها، ولا يمكن للحضارة الإنسانية أن تستمر إلا عن طريق تسجيل الخبرات والمهارات وتعليمها للأجيال القادمة، وهذه هي الأخرى عملية اتصال وإعلام، وإن كنا نفرق دائماً بين التعليم والإعلام، من حيث أن الأول يعنى بالحقائق الثابتة والمهارات والخبرات المختلفة، أما الثاني فيتصل بالمعلومات الجديدة والأحداث الجارية التي لم تتبلور بعد في صيغة قوانين ثابتة أو نظريات قاطعة كما هو الحال في التعليم.

وإذا حللنا جميع وسائل الإعلام المختلفة لوجدنا أن العامل المشترك بينها جميعاً هو الرمز، سواء كان هذا الرمز صورة أو كلمة أو إشارة أو نغمة أو رواية أو حركة أو غير ذلك، فالرمز هو العمود الفقري لعملية الإعلام، وهو الذي يميز عملية التفاهم الإنساني بوجه خاص، والإنسان هو الكائن الحي الوحيد الذي استطاع أن يطور وظائف الجهاز العصبي لديه بحيث يجعلها حساسة للرموز، كما هي حساسة للأشياء.

ولا يمكن للإنسان أن يشارك غيره في فكرة من الأفكار أو رأي من الآراء، إلا إذا جسد هذه الفكرة أو هذا الرأي في ألفاظ أو صور قابلة للفهم، ولا يمكن لهذه الرموز أن تنتقل إلى مسافات بعيدة إلا إذا استعملت وسائل الإعلام الحديثة، وخاصة إذا أردنا أن ننقل هذه الأفكار أو الآراء بسرعة فائقة.

والرموز هي التي تجسد المعاني والأفكار وتجعلها قابلة للإنتقال، وهي التي تمنحها الخلود أيضاً، فالمعلقات العربية الخالدة، الإلياذة والأوديسا،

وروائع الفن التشكيلي، والسيمفونيات الرائعة ما كانت لتبقى على مر الزمن لولا وضعها في رموز لفظية أو صورة أو نغمة.

وعملية الإعلام من وجهة أخرى عملية مشاركة أو تفاهم أو هي عملية تناغم بين المرسل والمتقبل كذلك التناغم أو التوافق لابد أن يتم بين الموجات اللاسلكية كشرط أساسي للاتصال الواضح بين جهاز الاستقبال وجهاز الإرسال. وإذا كان الاتصال اللاسلكي هو عملية تناغم وتشابه في الموجات، فإن الاتصال الإعلامي هو الآخر عملية تناغم وتشابه ومشاركة في الأفكار والمعاني.

وكما يصاب الاتصال اللاسلكي بالتشويش والتداخل، فإن الاتصال الإعلامي يصاب كذلك بالتشويش والتداخل. ومن أمثلة هذا التداخل مثلاً صعوبة فهم الرسالة الإعلامية، إذا احتوت على ألفاظ غير معروفة، أو إذا كانت سرعة المتحدث غير ملائمة، أو إذا كانت الطباعة رديئة او الصوت ضعيفاً. فالتشويش معناه تلك العقبات التي تقف في سبيل الفهم الصحيح للرسالة الإعلامية.

وقد وجد الباحثون مثلاً أن التكرار الذي يعيبه البلاغيون أمر ضروري وحيوي لنجاح الرسالة الإعلامية، ولا نقصد من ذلك التكرار الممل، إنما نقصد التكرار المتنوع الذي يقدم المعنى الواحد في قوالب كثيرة، والواقع أن مشكلة الإعلام الحديث هو كيف ينجح في أداء مهمته. فهل يقدم معلومات كثيرة في وقت محدود؟ أو هل يقدم معاني قليلة في نفس الوقت مع تكرار هذه المعاني وضرب الأمثلة لكي تكون مفهومة مستساغة؟ إن الإجابة على هذه الأسئلة تتوقف على طبيعة الجمهور المستقبل، وطبيعة كل من الرسالة الإعلامية ووسيلة الإعلام. ومع ذلك فهناك شروط هامة ينبغي توفرها لكي تنجح الرسالة الإعلامية(١١).

خامساً: وسائل الإعلام:

عوامل عوامل نجاح الرسالة الإعلامية:

إن العملية الإعلامية هي عملية اجتماعية تشمل كافة نواحي الحياة في المجتمع، ومن ثم فإن أبسط تعريف للإعلام وأوضحه وأشمله هو القائل بأن «الإعلام هو فن استقصاء الحقائق والمعلومات والأخبار ومعالجتها ونشرها على أوسع نطاق جماهيري وفي الوقت الملائم من خلال وسائل الإعلام الحديثة والمتنوعة» ويقصد بوسائل الإعلام جملة وسائل الاتصال، المقروءة والمرئية والمسموعة، ومن ثم فإن هناك ثلاثة أركان للإعلام الحديث وهي:

١. الخبر والمعلومة:

ان الإنفجار في المعلومات مرتبط بالإنفجار السكاني حيث انهما الثورتان الأكثر أهمية في وقتنا الحالي، وأصبحت المشكلة اليوم مختلفة تماماً فلا يوجد شخص متعلم يستطيع اطراد المعلومات التي يحتاجها فاليوم المعرفة يمكن القول بأنها أحياناً ما تكون مهملة[١٢].

وتعد المادة الأولية للإعلام متغيرات الخبر والرسالة من أهم مكونات الإعلام وأكثرها جذباً لإهتمام الباحثين لأنها تشكل مضمونه.

فإنه يتوقف أثر المادة الإعلامية في الجمهور واتجاهاته واهتماماته ومعتقداته على مدى وضوح الرسالة الإعلامية سواء من ناحية مناسبة الموضوع للجماهيرولعلمهم أو باستخدام الأدوات اللازمة التي تساعد على جذب أنظار الجماهير[١٣].

٢. العنصر البشري:

وهو العنصر الفعال ويعبرعنه بالمرسل والمستقبل، حيث المرسل هو القائم بعملية الاتصال والذي يتم تدريبه وتأهيله للقيام بدور فعال في العملية

الإعلامية، ويمثل القائمون بالاتصال طرفاً أساسياً له أثره في فعالية الرسالة الإتصالية ومدى تقبل الجمهور لمحتوى الرسالة، حيث يتوقف ذلك على قدرته وكفاءته في الأداء، ويعد القائم بالاتصال من أهم العوامل اللازمة لنجاح أي عمل إعلامي والوصول إلى تحقيق الأهداف التي يسعى الإعلام إلى تحقيقها.

القائم بالاتصال *Communicator*

هو أي شخص أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد إلى آخر، عبر الوسيلة الإعلامية أو أي فرد آخر له علاقة بتيسير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور، غبر الوسائل الإعلامية المختلفة. ويضاف إلى القائمون بعملية الاتصال هؤلاء الذين يقومون بإنتاج الرسالة الإعلامية.

وهناك عوامل تحدد قدرات القائمون بالاتصال منها:

- الخلفية الاجتماعية والثقافية لهؤلاء الأشخاص.
- علاقتهم بالمؤسسات التي يعملون بها.
- رؤيتهم للجمهور وعلاقتهم به.
- السياق المجتمعي الذي يجري فيه نشاطهم.
- وعيهم بقضايا المجتمع ومشكلاته.
- مدى قناعتهم بالمادة الإعلامية أو الرسالة الإعلامية ذاتها.
- سياسة المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها.
- السياسة الإعلامية في المجتمع بشكل عام.
- درجة تأهيلهم وتدريبهم.
- الدوافع الوظيفية ودرجة الطموح المهني لديهم.
- هامش الحرية المسموح لهم به في التعبير عن الرأي بوضوح.
- درجة الرضا عن العمل والرغبة في التطور والتجديد والابتكار[١٤].

٣- الأسلوب الإعلامي:

وهو من أكثر الأساليب استخداماً وانتشاراً في العلاقات العامة لمواجهة الإحتياجات المتغيرة لفئات جماهيرية متنوعة، ويتميز الأسلوب الإعلامي بأنه سهل الانتشار لقطاعات كبيرة، فضلاً عن قلة تكاليفه إذا ما قورن بالأسلوب الاتصالي ويؤثر الأسلوب الإعلامي في الجمهور على درجتين:

الأولى: بصورة غير مباشرة عن طريق استخدام أجهزة الإعلام الجماهيرية وتوجيهها إلى جميع الفئات دون تخصيص لفئة واحدة.

الثانية: عن طريق التأثير المباشر بالنسبة للفئات الواعية من الجماهير[١٥].

ويقصد بها جملة وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية. ويمكن تحديد قنوات الاتصال في مجال الإعلام في ثلاث قنوات أساسية هي:

١- وسائل الإعلام المطبوعة.

٢- وسائل الإعلام المسموعة والمرئية.

٣- وسائل الاتصال المباشر.

ولقد أصبحت وسائل الاتصال الجماهيري بدءاً بالصحيفة والمجلة، وانتهاءاً بالإذاعة المسموعة والمرئية هي الأداة الأساسية لتكوين فكر الإنسان المعاصر من خلال مادتها الإعلامية المتمثلة في الرسالة الإعلامية والمنقولة عبر التقنيات التكنولوجية المتطورة.

وسائل الإعلام المطبوعة:

ذكر «لورد ديلفين» في مؤتمر الكومنولث السنوي للصحافة العوامل التي يراها أساسية لإبداع الصحافة.

أولاً : يجب أن يكون هناك قبول عام من الصحافة لأنها شئ مرغوب فيه،ثانياً: أن تكون الحكومة مستجيبة للرأي العام وتقبل دور الصحافة في تكوين هذا الرأي وتؤمن بحريتها.

وذكر ايضاً «لورد» في العامل الأول أنه يجب وجود آراء وأشخاص ذات وجهات نظر قوية ومؤثرة تكون ضد التحكم وليس من المشترط أن يكون هؤلاء الأشخاص في مجال معين بل في أي مجال عمل، وأوضح في العامل الثاني ان الصحفي الذي يستاء من نقد لايكون صحفياً حيث أنه يجب أن يكون مهيئاً لأن يحتمل هذا النقد كجزء من عمله[١٦].

وتعد المطبعة ثورة حقيقية والفاصل الحقيقي بين العصور القديمة والعصور الحديثة من حيث الإعلام، فلقد أصبحت النشرات الصحفية بأشكالها المختلفة الأكثر استخداماً وانتشاراً وذلك لقيمتها الإخبارية العالية والتي تهم قطاعات المجتمع على اختلافها ومن أهم خصائصها:

١. تسمح الوسائل المطبوعة في أن يتحكم القارئ في وقت قراءتها وفي فرص هذه القراءة، كما تمكنه من الاطلاع على معانيها أو نصوصها.
٢. أنها تنطوي على موضوعات متشابهة تحتاج إلى تحليل علمي.
٣. أنها بطبيعتها تعرض التفاصيل الدقيقة التي تتفق مع الدراسات المهنية.
٤. أن أخبارها الصحفية تتميز بالتطويل والتحليل بعكس الأخبار الإذاعية.
٥. أن الصحيفة مصدر الأمان في عالم مزعج[١٧].

وترتكز أهمية المطبوعات في العادة على التعليم والثقافة، ففي حالة إزدهار التعليم والثقافة نجد المطبوعات في خدمة مختلف الأذواق والاتجاهات كما يكون في مقدور الأقليات السياسية إصدار صحف لها وكذلك الحال بالنسبة لمختلف الجمعيات والمنظمات أن تصدر صحفاً أو نشرات تحمل وجهات نظرها.

وسائل الإعلام المسموعة والمرئية:

وهي أجهزة تستجوذ على اهتمام العديد من الجماهير ذلك الاهتمام الذي يفوق اهتمامها بوسائل إعلام الأخرى وتشمل هذه الوسائل:

الإعلام الإذاعي:

وهو جهاز يتمتع بدرجة عالية من التأثير في حياة الناس وطرق معيشتهم بوجه عام، ويزداد هذا التأثير عنها خطورة كلما كانت البيئة قليلة الحظ من التربية والثقافة والتعليم وكذلك كلما انخفض المستوى الاقتصادي والاجتماعي للناس(١٨) فهي لا تتطلب من المستمع دراسة سابقة، فالقراءة والكتابة والهجاء واستعمال النظر في المتابعة وقلب الصفحات هي من مستلزمات الإعلام الصحفي، وإنما كانت الكلمة المسموعة لها أثرها القوي في الإيحاء، وتمتاز بالقوة والإثارة، فقد أصبحت الأفكار مشاعاً تنساب إلى نفوس الناس في كل مكان(١٩).

ومع ذلك فإن الإذاعة لا تخلو من عيوب يفطن إليها خبراء العلاقات العامة، فالبرنامج مثلاً قد تعوزه الحيوية فيمل منه المستمع ولكن هذا العيب يمكن التغلب عليه بتعدد محطات الإرسال، لذلك نجد أن البلاد التي تدار فيها الإذاعة على أسس تجارية تعج بالمحطات المختلفة. ففي الولايات المتحدة الأمريكية مثلاً يصل عدد المحطات إلى الألف محطة يختار منها المستمع ما يروق له، أما في البلاد الأخرى التي تدار فيها الإذاعة على أسس غير تجارية كإنجلترا وجمهورية مصر العربية، فإنه من الممكن تعدد البرامج أيضاً تعدداً معقولاً بحيث يخدم الأذواق المختلفة.

على أن هذا التنوع يتضمن خطراً آخر، ويتطلب من الإعلامي يقظة شديدة، ففي الوقت الذي تذيع فيه على الناس رسالة إعلامية جادة، أو

حديثاً علمياً ذا شأن، أو ندوة اجتماعية مفيدة قد ينصرف المستمع إلى محطة أخرى ليسمع برنامجاً مسلياً ضاحكاً أو تمثيلية فكاهية خفيفة، ومن هنا جاءت ضرورة التنوع في البرنامج الواحد، ودراسة عقلية المستمع دراسة عميقة واختيار نجاح البرنامج بكل دقة، ودراسة التوقيت المناسب بالنسبة لفئات الجمهور.

ومن عيوب الإذاعة أيضاً أن اي تداخل صوتي خارجي يفسد الإستماع فإذا رن جرس التليفون أو جرس الباب فجأة، أو حتى إذا صاح طفل أو تحدث ضيف، فوت على المستمع فرصة متابعة البرنامج في سهولة ويسر والواقع أن الإذاعة كوسيلة إعلامية سمعية تلزم المستمع بطبيعتها على تحديد وقته، ولا تتيح له فرصة الإستماع إلى برنامجين إذا كانا يذاعان في وقت واحد، لأنها وسيلة زمانية بعكس الصحافة التي هي وسيلة مكانية.

وموجز القول أن الإعلاميين يستطيعون الاتصال بالجماهير عن طريق الإذاعة خلال الأخبار والمعلومات، وخلال البرامج المسلية، وخلال الأركان المنوعة كركن المرأة وركن الطفل وغيرهما من الأركان التي سبق الإشارة إليها. ويراعي الإعلاميون في ذلك كله أن تكون المادة الإذاعية قصيرة ومباشرة، كما أن الأسلوب ينبغي أن يكون طبيعياً، قريباً من المحادثة الشخصية العادية.

أما الإذاعات الخارجية فقد أصبحت تلعب دوراً هاماً في الفن الإذاعي لأنها تعرض الأحداث عرضاً طبيعياً مباشراً وتجعل المستمع داخل مسرح الأحداث.

ومن أجهزة الإعلام المرئية (التليفزيون — السينما — المسرح ..)

وهذا النوع من وسائل الاتصال يمارس فعالية أكبر على جمهور المشاهدين ويملك قدرة تأثيرية اعمق نظراً لإعتماده عل حاسة السمع والبصر في آن واحد، سواء كان ذلك من خلال جهاز التليفزيون أو السينما أو الفيديو ..

فلقد أصبح في مقدور الإنسان أن يستقبل مادة إعلامية كثيفة ومتنوعة ومباشرة، ففي لحظة واحدة قد يتواصل الإنسان مع غيره في مجتمع ينأى عنه آلاف الأميال من خلال رسالة مسموعة أو مرئية ومنقولة بشكل مباشر[٢٠].

وسائل الإعلام الاتصال الشخصي:

ويعد الاتصال الشخصي المباشر أعمق أشكال الاتصال استخداماً في الإعلام وذلك لما يتميز به عن غيره من تفاعل اجتماعي مباشر وعليها تعتمد الدعاية في كل شكل من أشكالها والسبب في ذلك أن الناس يتأثرون عادة بطريقة الاتصال الشخصي أكثر مما يتأثرون بطريقة الصحف أو الإذاعة أو التليفزيون، ذلك لأنهم مع الصحف والإذاعة لا يعيرون انتباههم إلا إلى الأشياء التي تهمهم ولكنهم مع الاتصال الشخصي مضطرون إلى الإستماع إلى من يحدثهم في موضوعات غير معلومة ولا محددة لهم من قبل، ثم أنه في حالة الاتصال الشخصي المباشر يسهل على المتحدث أن يقدر رد الفعل المباشر على من يحدثهم، كما يسهل عليه أيضاً أن يكيف نفسه وحديثه تبعاً لذلك.

وهذا ما لا يتيسر بالطبع للصحيفة أو الراديو .. ويضاف إلى كل ذلك أنه من اليسير علينا أن نقتنع بوجهة نظر أناس بيننا وبينهم صلات، في حين أنه ليس من السهل أن نقتنع بوجهة نظر الكتاب والمذيعين الذين لا نعرفهم كما نعرف الأصدقاء[٢١]. وتشمل هذه الوسيلة أنشطة الإعلام في مجال الندوات أو المؤتمرات أو المحاضرات أو الأحاديث في المناسبات الخاصة.

وعلي ذلك فإننا نجد أن وسائل الإعلام على اختلافها وتنوعها باتت هي المجسده لبيئة الإنسان الفعلية من خلال قدرتها على تشكيل ذهنه وشخصيته وتوجيهها سواء تم ذلك على المستوى الشعوري أو اللاشعوري ، ولذلك يطلق عليها سلاح ذو حدين حيث أنها وبرغم استخدامها لتنوير وتوعية الجماهير إلا أنها قد تستخدم من جهة أخرى لتضليلهم وإلهائهم وتزيف وعيهم بالعديد من القضايا[٢٢].

سادساً: مستقبل ملكية وإدارة وسائل الإعلام

إن النظرة المستقبلية لأنماط ملكية وإدارة وسائل الإعلام في مصر، لابد أن تضع في اعتبارها عدداً من المتغيرات المحلية والدولية أهمها:

أولاً: الثورة الإلكترونية في مجالي الاتصالات والمعلومات، حيث حدث تطور مؤهل يتضاءل أمامه كل ما تحقق من تطور خلال العصور الماضية، وقد تجسد هذا التطور في ذلك الإندماج الذي جرى بين ظاهرتي انفجار المعلومات وثورة الاتصال، والمظهر البارز لإنفجار المعلومات تمثل في المعالجة الآلية للمعلومات، حيث تمت الاستعانة بالحاسب الآلي في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري في أقل حيز متاح وبأسرع وقت ممكن، أما ثورة الاتصال فقد تجسدت في معالجة المعلومات عن بعد باستخدام أقمار الاتصال الصناعية وبذلك أمكن لملايين الأنباء والبيانات والآراء والأفكار والرموز والصور أن تتدفق عبر الدول والقارات والمحيطات بطريقة فورية ومكتوبة، وبالصوت والصورة، وبذلك انفتحت أمام الاتصال الدولي أفاق لا حدود لها.

وبرغم التخوف مما حدث من تحول في ملكية وسائل الإعلام الغربية إلى الطابع المؤسسي الدولي الضخم، والخشية من تهديده حرية التبادل الدولي للأنباء والمعلومات، إلا أن التدفق الهائل للمعلومات قد وازن بين سيطرة الإحتكارات على المؤسسات الإعلامية وبين حرية تبادل المعلومات، وتبين أن قوة الأنباء والمعلومات على الإنتشار تقلل من هيمنة الاحتكارات المالكة لوسائل الإعلام.

ثانياً: التغير الذي حدث في الظام الإعلامي الدولي عقب انهيار الإتحاد السوفييتي والكتلة الشرقية في بداية التسعينات، حيث تحول هذا النظام من الطابع الثنائي الذي كان يقوم على سيطرة النظامين الإعلاميين:

الليبرالي الغربي، والاشتراكي الشرقي، إلى الطابع الأحادي الذي يقوم على سيطرة نظام إعلامي واحد وهو النظام الإعلامي الغربي الليبرالي، وهيمنة قطب واحد وهو الولايات المتحدة الأمريكية على ذلك النظام، ولا شك أن هذا التغيير قد أثر بعمق على دول العالم الثاني ودول العالم الثالث، حيث أدى إلى إعطاء قدر متزايد من الحريات لوسائل الإعلام في هذه الدول حتى تستطيع أن توائم أوضاعها الإعلامية مع طبيعة النظام الإعلامي الدولي الجديد، وهو نظام يقوم على الملكية الفردية لوسائل الإعلام وتعددها .

ثالثاً: الإستثمار الهائل في مجال الإعلام، والذي أصبح يحقق أرباحاً طائلة، وتزايد دور الملكية الخاصة وتراجع الملكية العامة لوسائل الإعلام، وخضوع العمل الإعلامي للمنافسة التجارية، وغلبة المواد الإعلامية الاستهلاكية بحيث اضطر الكثير من مؤسسات الإعلام العامة إلى الدخول في منافسة مع المؤسسات الخاصة حتى تحافظ على قدر من جماهيريتها وتأثيرها، بحيث بدأت تتنازل نسبياً عن توجهاتها الثقافية والتوجيهية رغبة في الوصول إلى الجماهيرية التي تؤهلها للمنافسة، وهو الأمر الذي أفقدها الكثير من مبررات وجودها كملكية عامة.

وقد ارتبط بتطور نمط الملكية، بداية انعتاق وسائل الإعلام من سلطة الدولة ورقابتها، كما حدثت تغييرات جذرية في كثير من المفاهيم الإعلامية وتطبيقاتها، وبدأ العالم يتحول تدريجياً من (إعلام الحملة) إلى (إعلام السوق).

رابعاً: اتجاه النظام السياسي والاقتصادي في مصر إلى التعددية السياسية واقتصاديات السوق، وتقليص دور القطاع العام في العملية الاقتصادية، وتنظيم دور القطاع الخاص كعنصر أساسي في عملية التنمية،

واصلاح الهياكل التمويلية لشركات قطاع الأعمال من خلال بيع أصول بعضها إلى المستثمرين المصريين وغير المصريين، وتشجيع الاستثمار العربي والأحنبي في مصر من خلال إزالة المعوقات البشرية والإدارية، وإلغاء كافة القوانين والتشريعات المعوقة والمقيدة لحركة الاستثمار، وتشجيع المنظمات غير الحكومية على القيام بدورها في إطار تنمية الجهود التطوعية في المجتمع وتدعيم النشاط الأهلي.

خامساً: المنافسة التي تواجهها وسائل الإعلام المصرية من وسائل الإعلام العربية والأجنبية الخاصة والمتمثلة في الصحف العربية التي تصدر في أوروبا وتوزع في أنحاء العالم العربي، والقنوات الفضائية الأجنبية والعربية والتي يركز معظمها على الجوانب المرتبطة بالتسلية والترفيه. ومن المتوقع تزايد حدة المنافسة مع استمرار انخفاض أسعار الأطباق الفضائية، وتدفق الخدمات والحزم البرامجية المشفرة على المنطقة العربية[٢٣].

سابعًا: الاعلام والتنمية:

حول مفهوم التنمية:

بحصول الدول النامية على استقلالها بعد الحرب العالمية الثانية بدت قضية التنمية بوصضها أداه ووسيلة تستطيع هذه الدول مواجهة عوامل التخلف وتبدلها بخصائص وسمات المجتمعات المتقدمة، ولقد بذالت محاولات عديدة لتحديد هذا المفهوم، حيث أنه مهما كانت الايديولوجية السياسية لاي بلد فهناك خطة التنمية تعتبر طريقة محلية وعالمية تضع بها الحكومة أهدفها[٢٤].

فهي المنهج الذي تستطيع به الدول النامية عن طريق استقلالها لمواردها البشرية في رفع المستوى المعيشي لغالبية الناس في مختلف المناطق وخصوصًا الريفية منها، فالتنمية تهدف لتدعيم القدرة الذاتية للمجتمع وتحقيق الأهداف المحلية والقومية بالطرق المنهجية التي يستخدمها أخصائيون مدربون لتكفل مشاركة غالبية الناس بالموارد البشرية والمادية في تخطيط برنامج التنمية وتنفيذها استجابة للاحتياجات المحلية من ناحية ومساهمة في تحقيق الأهداف القومية من ناحية أخرى[٢٥].

فالتنمية تنطوي على عملية توظيف جهود الكل من أجل صالح الكل خاصة لتلك القطاعات والفئات المحرومة من فرض النمو[٢٦] فهي إنبثاق نحو كل الامكانات والطاقات الكافية في كيان معين بشكل شامل وكامل ومتوازن سواء كان هذا الكيان فردًا أم جماعة أم مجتمعًا [٢٧].

ويشكل إنماء الوعي الاجتماعي بشتى ابعاده الدور الأساسي للاعلام حيث يمثل الاعلام إليه قوية تتمثل في هذا الوعي أو تزييفه ذلك الوعي الذي يعد الميكانيزم الأساسي لعمليات التنمية المتواصلة لما له من قدرة على تهيئة وتكيف البيئة الاجتماعية بحيث تصبح مرنه بالقدر الكافي لأتخاذ اتجاهات

معينة تجاه موضوعات بعضها، ويستخدم الاعلان في المساعدة على أعداد الأفراد لأداء ادورهم المستقلة بوعي كاف ذلك الوعي الذي يمثل بمفهومة العام قدرة الإنسان على إستيعاب الحقائق والأحداث المحيطة به، من خلال تحديد درجة تفاعل العقل مع متطلبات البيئة أو المجتمع[٢٨].

فمن مقتضيات الحياة الديمقراطية أن يفهم أفراد المجتمع ما يجرى فيه من أحداث، ومن واجبهم أن يصدروا أحكامًا منصفة على المسئولين والقادة. ولا يتيسر هذا الأمر بطبيعة الحال، إلا إذا كانت معلومات هؤلاء الأفراد من الكفاية والدقة بحيث تمكنهم من إصدار أحكام يترتب عليها تطور المجتمع لا تدهوره، ومن هنا جاءت وظيفة الإعلام في المجتمع[٢٩].

وتعد ثقافة الإنسان مؤشرًا صادقًا على درجة الوعي التي يتمتع بها وتكون العلاقة بين الثقافة والوعي على شكل تناسب طردي فإذا جاءت المادة الاعلامية متردية المستوى عقيمة بعيدة عن المفهوم الحقيقي للثقافة تدهور الوعي وإذا ما جاءت متعايشة مع الواقع الثقافي واضحة التفاصيل والمعاني تطور الوعي وارتقى.

وما بين التدهور والأرتقاء يقف الجهاز الاعلامي ليحدد من خلال ممارساته وأدواره، أي المتغيرين سيلاقية الوعي: التطور والأرتقاء أم التدهور والضعف وذلك من خلال ما يتمه هذا الجهاز من مواد اعلامية وثقافية حيث يلعب الجهاز الاعلامي هنا دورًا هامًا وغاية في الخطورة نحو الأرتقاء بالوعي المجتمعي حتى المستوى المطلوب والمتناسب مع ظروف المجتمع.

ولما كان الإنسان محدود الإدراك، لأنه لا يستطيع فهم العالم أو تصورة بمجرد النظر إليه، فإنه يحتاج إلى مراحل من التطور والنضج وتراكم الخبرات المختلفة لكي يحسن التعامل مع هذا العالم المحيط به. ولا يكون هذا

التطور مبنيًا على خبرات علمية أو ملاحظات موضوعية، بل يبنى على تصورات الفرد لهذا العالم، وبمعنى آخر لا يقوم الفرد بالمشاهدة والملاحظة والتحديد قبل إصدار أحكامه، وإنما هو ينظر إلى الأشياء كما يحددها له المجتمع الذي يعيش فيه، فالتربية الاجتماعية تؤدي بطبيعتها إلى أن يعرف الفرد أشياء محدودة المعالم قبل أن يراها، أي أن الصور التي تتكون في رؤوس الناس عن العالم تسبق مشاهدتهم لهذا العالم، بل أنها قد تتكون دون مشاهدة أجزاء كثيرة منه.

ويستعين الفرد بطريقة اختزالية ناجحة هي طريقة النماذج البشرية والتعميمات السهلة التي تتكون في كل مجتمع حديث، فهناك فكرة عامة عن اليهودي والإنجليزي أو الفرنسي. فهذا بخيل حقود وذاك محافظ إلى حد البرود أما الأخير فمستهتر عربيد، وهي كما ترى مبالغات وتعميمات خطيرة، ولكنها واقعية تسيطر على المجتمع، وتكون جانبًا من تقاليده وأخلاقياته. فالفرد العادي يكون لنفسه أفكارًا وصورًا يستمدها من المجتمع عن صفات المجرم أو الممثل أو الطبيب أو الجامعي أو الشيوعي أو البوذي ويقيس على الأنماط الجاهزة كل مايراه من شخصيات جديدة.

وقد فطنت الدعاية إلى هذا التبسيط الشديد في تكوين الأنماط والنماذج، فراحت تستغلها وتبتكر نماذج جديدة، فكأنها تعمق في العادات الموروثة والتحيزات السائدة والأحقاد المستشرية وتضيف إليها ما يلهبها ويشعل أوارها. ولكن الاعلامي لا يقف هذا الموقف، إذ أنه يتولى مواجهة الحقائق، ومحاربة التحيزات والخرافات، وتنوير الأذهان، وتثقيف العقول، وتزويد الناس بالمعلومات الأمينة الصادقة التي لا يستطيعون الحصول عليها بحكم العوامل الاجتماعية والسياسية والنفسية التي سبق الحديث عنها.

والاعلام جزء أساسي من عملية التنمية مورد هام لها لذلك لابد لنا من فهم ومعرفة أهمية ومحورية وسائل الاتصال والاعلام في الأغراض التنموية ولن يأتي ذلك إلا إذا كان هناك وعي بأهمية الدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل الاعلام في عملية التنمية حيث يتطور ليصبح جزءًا أساسيًا من العملية التنموية من خلال قيامها بدورها الفعال في الحث على المشاركة الإيجابية في تكوين الرأي والتعبير عنه وذلك بالحرص على استمرار تدفق المعلومات الواضحة والصريحة والواعية أيضًا بالهدف المطروحة من خلاله والمساعدة في اتخاذ القرارات بشكل علمي يستند على قاعدة معلومات واضحة وميسره ومفهومة.

وكلما ازداد المجتمع تعقيدًا بفضل التقدم العلمي، أصبح الاعلام أكثر أهمية وأشد ضرورة. ولا يرجى للمجتمع نفسه أي نصيب من الخير مالم تتوافق عناصره وتتكيف جماهيره مع منظماته الأهلية والحكومية. وليس الاعلام إلا أحدى الوسائل الهامة التي يتم بها هذا التفاهم والانسجام عن طريق المشاركة في الخبرة والمعرفة والاتجاه والعاطفة(٣٠).

ثامنًا: تحديات الإعلام المحلي في ظل العولمة:

يتجه عالم اليوم، وبتسارع شديد، وبفعل ثورتي الاتصال والمعلومات، نحو تدويل وسائل الاتصال والإعلام، وهو ما يتمثل في تزايد الشبكات الإخبارية الدولية، والإنترنت، والأطباق اللاقطة والقنوات الفضائية وأجهزة الفاكس والبريد الإلكتروني، بالإضافة إلى الصحف والخدمات الإذاعية الدولية، والتي تخاطب جمهورًا متعدد الجنسيات.

إن التحول نحو عولمة وسائل الاتصال والإعلام، أصبح يشكل تحديًا خطيرًا يواجه الإعلام المحلي، وهناك تخوف، له ما يبرره في كثير من الدول من أن تتم عولمة وسائل الاتصال والإعلام على حساب الإعلام المحلي.

ومصر ليست بعيدة عن هذا التحدي، وخاصة بعد إطلاق القمر الصناعي المصري (نايل سات)، حيث وضعت مصر أقدامها بثبات على مشارف القرن الحادي والعشرين بكل تحدياته الإعلامية، ومن بينها تحدي الإعلام المحلي في مواجهة الإعلام الكوكبي.

١. ولكي نفهم أبعاد هذا التحدي الإعلامي الجديد، لابد من تحديد ماهية العلاقة بين الإعلام المحلي والإعلام الكوني، ومن الضروري أن تعتمد على ما نسميه بالتفسير الاتصالي والإعلامي للتاريخ، وهو تفسير يقوم على تقسيم التطور البشري تبعًا لمراحل تطور وسائل الاتصال والإعلام. فهناك مرحلة الاتصال الشفوي في التاريخ (النفخ في الأبواق والمنادين والخطباء والشعراء ورواة القصص والأساطير)، وتلتها مرحلة الاتصال الخطي (النقش على الأحجار والرسم على الجدران والمقابر والمعابد والقصور والكتابة على الجلود أو الورق)، ثم مرحلة الاتصال الطباعي (النشرات والكتب المطبوعة والصحف)، وأخيرًا مرحلة الاتصال والإعلام الإلكتروني (الراديو والسينما والتليفزيون والفيديو والقنوات الفضائية والإنترنت).

وعلى ضوء هذا التفسير الاتصالي والإعلامي للتاريخ يتضح لنا أن الاتصال والإعلام المباشر قد انفرد وحده بمرحلة الاتصال والإعلام الشفوي، وقد استمر نفوذ الاتصال المباشر وما ارتبط به من إعلام وثقافة شفوية طوال المرحلة التالية، أي مرحلة الاتصال الخطي، وذلك لندرة من كانوا يعرفون القراءة والكتابة في تلك العصور، ولأن القراءة والكتابة لا تلغي الاتصال المباشر، أما في المرحلتين التاليتين، أي مرحلة الاتصال الطباعي ومرحلة الاتصال الالكتروني، فقد اعتمد الإعلام على وسائل الاتصال الجماهيري.

وقد صاحب هذا التطور من الاتصال المباشر إلى الاتصال الجماهيري، أن أخذ الاتصال الطابع الوطني أو القومي، بعد أن كان يغلب عليه الطابع المحلي أو الإقليمي، والذي ظل محصورًا ولفترة طويلة، في إطار القرية أو المدينة أو الإقليم المحدود.

لقد غلب على مرحلتي الاتصال الشفوي والخطي في التاريخ طابع الإعلام المحلي، وإن كان هذا لا ينفي أنه حدث في معظم فترات العصور القديمة والوسطى اتصال إعلامي بين الشعوب، سواء عن طريق الهجرات أو الغزوات أو عن طريق الرحالة، فضلاً عن قيام بعض الحركات الترجمة النشطة في بعض الحضارات، برغم ما اكتنفها من صعوبات النسخ المحدود في مرحلة الاتصال الخطي. وفي مرحلة الاتصال الطباعي، أخذ الإعلام يكتسب بالتدرج أبعادًا عالمية بما وفره له التوزيع الجماهيري الواسع للكتب والصحف المطبوعة، وخاصة تلك التي كتبت بلغات ذات نفوذ دولي في ذلك الوقت مثل الفرنسية والإنجليزية ، وفي مرحلة الاتصال الإلكتروني حدث تطور مذهل يتضاءل أمامه كل ما تحقق من تطور عبر المراحل الثلاث السابقة، وقد تمثل أخيرًا في ذلك الإندماج الذي جرى بين ظاهرتي انفجار المعلومات وثورة الاتصال.

ومن المهم أن نشير إلى أن التطور التاريخي للإعلام انتهى إلى ثلاثة: المحلي، والوطني، والكوكبي، أما على المستوى العربي فتتحول الثلاثية الإعلامية إلى رباعية تضم: المحلي، والوطني، والقومي، والكوكبي.

٢. على أن ملامح الإعلام الكوكبي لم تكتمل بعد، بل الأصح أنها قد بدأت تشكل، أما استكمالها فأمر مرهون بالمستقبل الذي يحمل في طياته أبعادًا لا حد لها من التغير السريع والمستمر، ونحن نعتقد أن الإعلام الكوكبي ليس شرًا كله، وليس خيرًا كله، إذ يمكن أن يحدث تحولاً عميقًا في الاتصال الإنساني، وأن يفتح أفاقًا جديدة أمام بناء ثقافة عالمية، وأن يتيح ظروفًا مناسبة لنمو الفكر والإبداع الإنساني ونشره على أوسع نطاق بين مختلف شعوب العالم، كذلك فإن الإعلام الكوكبي قد يتيح لكافة الشعوب، مدعومًا بالتطور المتلاحق في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات إمكانية أن تعي الأحداث الدولية في وقت واحد، وأن تتبادل نفس المعلومات والأنباء والآراء والأفكار بما يساعدها على أن يفهم بعضها البعض الآخر على نحو أفضل، وبشكل يسمح بإيجاد اتفاق عام على الكثير من القضايا والمشكلات الدولية، ومن شأن ذلك كله إيجاد رأي عالم عالمي يعمل على القضاء على بؤر التوتر والنزاعات الدولية، وقد يساعد على إقامة حوار دائم ومباشر بين الشعوب رغم تعددها، وأن يوجد بين الثقافات مع تنوعها، وأن يقرب بين الأفراد على ما بينهم من فروق، بما يساعد على خلق أمان وأهداف مشتركة للإنسانية تتجاوز المصالح الوطنية، ولا تتناقض معها في الوقت نفسه.

ولكن الإعلام الكوكبي يحمل كثيرًا من الأخطار، فإن هيمنة قطب واحد على الإعلام الكوكبي يهدد بالقضاء على الذاتية الثقافية المستقلة لبقية الشعوب، وسيطرة ثقافة واحدة، وهي ثقافة تجارية يقوم على عنصر الربح

والترفيه، وهو ما يؤدي إلى «قولبة» الفكر والإبداع الإنساني كله لخدمة الثقافة التجارة.

إن الإحباط الذي يمكن أن تشعر به شعوب العالم، نتيجة هذا الوضع الإعلامي الجائر، لن يساعد بأي شكل من الأشكال على تنمية مجالات التعاون والتقارب بين الشعوب، بل سيؤدي إلى تعميق مشاعر التباعد، ويزيد من أسباب الضغائن ويحيي بؤر التوتر والنزاعات في كل أرجاء المعمورة.

٣. لقد كان من الطبيعي أن يواجه هذا التحول نحو عولمة الإعلام بتزايد الاهتمام بالإعلام المحلي في الدول المتقدمة والدول النامية على السواء، ففي بريطانيا تتولى اليوم هيئة الإذاعة البريطانية تشجيع وتمويل إنشاء الخدمات الإذاعية المحلية، وتحرص على تعبير كل منها عن المجتمع المحلي الذي تبث فيه، كما اتجه العديد من الصحف القومية)أي التي تنتشر وتوزع، عبر مناطق المملكة المتحدة كلها) إلى إصدار عدد من الطبعات المحلية في الأقاليم، وقام بعضها بإصدار صحف خاصة بهذه الأقاليم.

وفي المانيا أصبح الإعلام يقوم على أساس محلي، وتقوم الشركات والمؤسسات التي تعمل في مجال إنتاج أجهزة الإرسال والاستقبال بإنشاء العديد من الخدمات الإذاعية والتليفزيونية في الأقاليم، كما تزايد في السنوات الأخيرة

الأفراد الذين يصدرون وسائل إعلام محلية، وقد وصل الأمر إلى وجود أكثر من خدمة إذاعية وتليفزيونية في المدينة أو المنطقة الواحدة.

وفي الصين بدأ التوسع في استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية في الأقاليم، وبالذات في مجالات الراديو والتليفزيون. وفي الهند خصصت برامج يومية تمثل الحياة اليومية في المناطق الريفية لتقدم عبر راديو عموم الهند، هذه بالإضافة إلى إنتشار الخدمات الإذاعية المحلية، كما تم استخدام تكنولوجيا

الأقمار الصناعية لتقديم خدمات تليفزيونية محلية لسكان الريف وخاصة في المناطق النائية.

وتشارك منظمة اليونسكو بجهود ملحوظة في تشجيع إنشاء وسائل الإعلام المحلية. وقد طالبت المنظمة في تقريرها السنوي لعام١٩٩٧م بضرورة «تطوير اتصال أفقي على نطاق واسع من خلال الربط بين الإعلام وخطط التنمية» بما يسمح بمشاركة أكبر للأفراد في التعبير عن وجودهم واحتياجاتهم الخاصة عبر وسائل الإعلام المحلية.

٤. وإذا انتقلنا للبحث في أوضاع الإعلام المحلي في النموذج الإعلامي المصري، فسوف نكتشف أن النظام الإعلامي المصري كان كمعظم دول العالم الثالث، نظامًا مركزيًا تتركز معظم أدواته في العاصمة، ومن ثم سادت ظاهرة الإعلام الرأسي الذي يهبط من أعلى إلى أسفل، أي من قمة السلطة إلى المواطنين، كما أنه ينطلق من العاصمة إلى الريف، في حين يضعف الاتصال العائد من القاعدة إلى القمة ومن الريف إلى العاصمة، وهو الأمر الذي حال دون تحقيق ديمقراطية الاتصال وشعبيته.

وفي العقد الأخير شهدت مصر انفراجة ديمقراطية في نظامها السياسي. وهو الأمر الذي انعكس على نظامها الإعلامي، وكان من ضمن هذه الانفراجة الديمقراطية في النظام الإعلامي، التخفيف المستمر من حدة المركزية التي تفرضها الدولة على الإعلام، وقد تمثل ذلك في إنشاء عشر محطات إذاعية إقليمية، وست قنوات تليفزيونية إقليمية، كما شهدت نفس الفترة نموًا محليًا في إصدار الصحف الإقليمية بالمحافظات، وانتشار مراكز الإعلام الداخلي في كافة المحافظات.

وبرغم ذلك فهناك فرق كبير بين زيادة العدد والتعددية، فزيادة أعداد وسائل الإعلام لا يوفر تعددية وسائل الإعلام، فالتعددية في وسائل الإعلام المحلية تعني ضرورة أن يتوفر لهذه الوسائل قدر من التنوع والاستقلال بعضها عن بعض فإذا لم تكن كذلك، فلن يكون التنوع سوى مظهر خارجي فقط، حيث تتحدث كل هذه الوسائل المتعددة بصوت واحد، وتنادي برأي واحد وإن كثر المعبرون عنه.

وكذلك فإن أوضاع وسائل الإعلام المحلي في مصر ترتبط ارتباطًا وثيقًا بطبيعة العلاقة بينها وبين الأجهزة الإدارة المحلية، فهناك تخوف يجد له ما يبرره في أرض الواقع من كون وسائل الإعلام المحلية، وخاصة الشبكات الإذاعية والقنوات التليفزيونية، تتأثر بشدة بتبعيتها للسلطات المركزية الإعلامية في العاصمة، وفي الوقت ذاته فإنها لا تقل تمركزًا في تمحورها حول السلطات المختلفة لأجهزة الإدارة المحلية، شأنها في ذلك شأن وسائل الإعلام المركزية، فهي تهتم بعواصم المحافظات ومراكز المدن التي تعمل بها، وتواكب تحركات المحافظين ورؤساء المدن، ويتراجع اهتمامها بالإحتياجات الإعلامية للمواطنين البسطاء في الريف، وهو الأمر الذي يتطلب العمل على إيجاد صيغة جديدة تسمح بمنح الشبكات الإذاعية والقنوات التليفزيونية المحلية مساحة أكبر من الاستقلال الإداري والمالي والفني، بحيث يتيح إمكانية إيجاد شخصية إعلامية متميزة لكل منها، وبالشكل الذي يجعلها صورة مهزوزة من الشبكات الإذاعية والقنوات التليفزيونية الرئيسية، كذلك فإن الأمر يتطلب أيضًا العمل على إيجاد صيغة جديدة للعلاقة بين وسائل الإعلام المحلية وسلطات الإدارة المحلية، بحيث يغلب على أداء هذه الوسائل الطابع الإعلامي بدلاً من الطابع الدعائي.

وكشفت أحدث دراسة عن الإعلام المحلي في مصر، أن جمهور الأقاليم ما زال يفضل وسائل الإعلام المركزية التي تصدر وتبث من العاصمة، وخاصة بالنسبة للنخبة المتعلمة في المحافظات. وأكدت الدراسة نفسها أن وسائل الإعلام المحلية لا تزال مركزية التوجه، ورسمية التوجيه، لأنها جزء من بنية النظام الإعلامي المركزي في القاهرة.

كما يلاحظ أن الكوادر الإعلامية العاملة في مجالات الإعلام المحلي المتنوعة، تحتاج إلى تدريب مكثف ومستمر، لكي تكون قادرة على منافسة الكوادر الموجودة بالعاصمة، كما يجب أن يتوقف الاستنزاف المستمر للكوادر والمواهب الإعلامية في المحافظات لصالح وسائل الإعلام المركزية بالعاصمة، وذلك عن طريق الحوافز المادية والمعنوية التي تدفع هذه الكوادر والمواهب للتمسك بمواقعها الإعلامية في الأقاليم.

كذلك لابد لوسائل الإعلام المحلية في مصر أت تستفيد بنتائج ثورة الاتصال والمعلومات بمقدار ما يستفيد منها الإعلام الكوكبي، وذلك عن طريق إدخال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في بنية وسائل الإعلام المحلية.

ولم يعد مقبولاً اليوم أن تنشر صحفنا القومية اليومية، وأن تذيع خدماتنا الإذاعية المركزية، أو تبث قنواتنا التليفزيونية الرئيسية الكثير مما يحدث في العالم من حولنا، في لحظة وقوعه، في حين يتأخر نشر أو إذاعة أو بث أحداث محلية هامة في أقاليم مصر وريفها لساعات، وقد يمتد التأخير ليوم أو أكثر، بسبب نقص في وسائل الاتصال أو المواصلات[٣١].

المراجع المستخدمة

١. غريب محمد سيد أحمد: الاتصال والإعلام، مرجع سابق، ص:٧.

٢. رشاد أحمد عبد اللطيف: تنمية المجتمع وقضايا الإعلام التربوي، مرجع سابق، ص:٩١.

٣. عبد اللطيف حمزه: الإعلام والدعاية، دار المعارف، ط١، بدون ذكر سنة النشر، ص:٧٦.

٤. نبيل صادق وآخرون: العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية، مرجع سابق، ص:٧٦.

٥. سامية محمد جابر: الاتصال الجماهيري، مرجع سابق، ص:٢٣٠.

٦. نبيل صادق وآخرون: العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية، مرجع سابق، ص:٧٧.

٧. سامية محمد جابر: الاتصال الجماهيري، مرجع سابق، ص:٢٣٣-٢٣٤.

٨. غريب محمد سيد أحمد: علم اجتماع الاتصال والإعلام، مرجع سابق، ص:٨٠.

٩. رشاد أحمد عبد اللطيف: الاتصال والإعلام، مرجع سابق، ص:٩٨.

١٠. طه عبد العاطي نجم، الإتصال الجماهيري، مرجع سابق، ص:١٥٥.

١١. سعيد يماني الطوخي: العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية، مرجع سابق، ص:٢١٩-٢٢٠.

12. Gerhard J. Hanneman, William J. Mcewen, Communication and Behaviour, op cit, P. 20.

١٣. غريب محمد سيد أحمد: علم اجتماع الاتصال والإعلام، مرجع سابق، ص: ٧٧.

١٤. هالة منصور: الاتصال الفعال، مرجع سابق، ص: ١٢٠.

١٥. غريب محمد سيد أحمد: علم اجتماع الاتصال والإعلام، مرجع سابق، ص: ٧٦.

16. Ralph Berry, Communication Through the mass – Media, opcit, P. 10.

١٧. زيدان عبد الباقي: وسائل الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والإعلام، مرجع سابق، ص: ٣٧٦.

١٨. سعيد يماني العوضي: العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية، مرجع سابق، ص: ٢٤٠.

١٩. نبيل صادق وآخرون: العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية، مرجع سابق، ص: ١٠٧.

٢٠. هالة منصور: الاتصال الفعال، مرجع سابق، ص: ١٢٤.

٢١. عبد اللطيف حمزه: الإعلام والدعاية، مرجع سابق، ص: ١١٠.

٢٢. هالة منصور: الاتصال الفعال، مرجع سابق، ص: ١٢٥.

٢٣. المجالس القومية المتخصصة، ١٩٧٧– ١٩٩٨، ص: ٧٨٦.

24. A.P Thriwalll grawth and devel Copment pnblishers by the macmillan pressltd, New York, 1978, P.214.

٢٥. فؤاد حيدر: التنمية والتخلف في العالم العربي، طروقات تنموية، ط١، دار الفكر العربي، بيروت، ١٩٩١، ص: ٤١.

٢٦. محمد الجوهري: علم الاجتماع وقضايا التنمية في العالم الثالث، دار المعارف، ١٩٧٨، ص: ١٤٥.

٢٧. سمير أيوب: تأثيرات الايديولوجية في علم الاجتماع، الدراسات الاجتماعية النثرويولوجية، معهد الانماء العربي، بدون ذكر سنة النشر، ص: ٣٠١.

٢٨. هالة منصور: الاتصال الفعال، مرجع سابق، ص: ١٣٩.

٢٩. سعيد يماني: العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية، مرجع سابق، ص: ٢١٢.

٣٠. إبراهيم امام: الإعلام والاتصال الجماهيري، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٢، ص: ٤٣٠.

٣١. موسوعة المجالس القومية المتخصصة، مرجع سابق، ص: ٧٨٢-٧٨٤.

الفصل الثامن

الخدمة الإجتماعية والإتصال

أولاً مفهوم الخدمة الاجتماعية.

ثانياً في علاقة الاتصال بممارسة الخدمة الاجتماعية.

ثالثاً مفهوم الاتصال في الخدمة الاجتماعية.

رابعاً أهمية الاتصال في الخدمة الاجتماعية وطرقها المختلفة وطبيعة الممارسة.

(١) الاتصال في خدمة الفرد.

(٢) الاتصال في خدمة الجماعة.

(٣) الاتصال وتنظيم المجتمع.

أولاً: مفهوم الخدمة الاجتماعية:

في إطار اهتمام وارتباط أهدافها بأهداف حقوق الإنسان ومن منطلق أنها مهنة إنسانية تعمل على تحقيق وتهيئة أسباب التغير تحقيقا للرفاهية الاجتماعية[١]، بهذا الأسلوب المنهجي الذي يميز الأفراد والجماعات والمجتمعات المحلية بتدعيم قدرتها وإمكانياتها وعلاج مشاكلها على أساس من المساعدة الذاتية وفق الإطار الأيدلوجي للمجتمع[٢].

ونتيجة لتعامل الخدمة الاجتماعية ،مع مشكلات نابعة من الواقع الاجتماعي ومن صميم الخبرة الإنسانية فإن النمو المعرفي للخدمة الاجتماعية يأتي من مصدرين أساسين الأول وهو خارجي يتمثل في العلوم الإنسانية المختلفة، والثاني داخلي وما تمثله من ممارسات وخبرات وبحوث الخدمة الاجتماعية.

وهي الخاصة بحكم الممارسة والتي تتطلب تحويلها إلى معرفة افتراضية نظرية قائمة على فروض ثم تحويلها إلى معرفة مختبرة تدعم علم الخدمة الاجتماعية[٣] وباستناد الخدمة الاجتماعية على هذه النماذج النظرية التي توجه الممارسة تكون في مجال المهن المتميزة وذلك من خلال انطلاقها من إطار تصوري متفق بدرجة ما بين من يمارسون هذه المهنة ويوضح الحدود العامة لمجال الممارسة ويصدر المكونات الرئيسية للتدخل المهني وتكون بمثابة الخريطة التي يهدف لها الممارس عندما يؤدي عملة[٤] وبرغم أنه من الممكن وصف مهنة الخدمة الاجتماعية ولكن الصعوبة التي تواجهها في تقديم تعريف لهذه المهنة بدقة وبشكل موجز وبما يحقق الفائدة المرجوة برغم التعريفات التي تزخر بها مؤلفات الخدمة الاجتماعية[٥].

وفي السعي نحو ذلك وجدت الخدمة الاجتماعية نفسها أما مجموعة من التحديات التي تتعارض بشكل مباشر مع الأساليب التقليدية التي مكثت فيها ما يزيد عن خمسين عامًا وخاصة مع التسعينات وبداية القرن الواحد والعشرون ومنها[٦]:

- إطار نظري تستند عليه المهنة غير مؤهل التأهيل المناسب لمواكبة التطورات الحديثة وعدم وجود نظرية للممارسة متفق عليها بل هي اجتهادات شخصية مرتبطة إلى حد كبير بشخصية المنتمين إليها.
- اعتماد نظام التعليم في الخدمة الاجتماعية على النموذج الغربي الأمريكي بصفة خاصة رغم أن مجتمعنا المصري يمر بظروف ومتغيرات كثيرة تختلف عن مثيلاتها في المجتمع الغربي الأمر الذي يتطلب تغير نظام تعليم الخدمة الاجتماعية وحتى يمكن الاستفادة من النموذج الغربي وفي نفس الوقت يكون له خصوصيته التي تمكن الممارسة من مواجهة المشكلات والتغيرات المجتمعية المحلية منها والعالمية في القرن الحادي والعشرين.
- تزايد أعداد وخريجين كليات ومعاهد الخدمة الاجتماعية وتزايد أعداد الدارسين للدراسات العليا في كليات ومعاهد الخدمة الاجتماعية وأصبحت ما هي إلا امتداد للوائح الدراسية والافتقار لعناصر التقدم التكنولوجي الحديث في إطار المستوى الفني والمهاري المطلوب[٧].
- الفجوة الواضحة بين المعرفة التي يزود بها خريجي كليات ومعاهد الخدمة الاجتماعية وبين الواقع الفعلي في مجالات ومؤسسات الممارسة في المجتمع المصري وأوضح فجوة بين الإعداد النظري والإعداد العملي لطلاب الخدمة الاجتماعية.

- الاتجاهات الاقتصادية الراهنة والاتجاه نحو الخصخصة والتخلي تدريجيًا عن الأخصائيين الاجتماعيين إذا لم تتوافر فيهم المهارات المناسبة للعمل حيث يمارس الأخصائيون الاجتماعيون مجموعة من النشاطات وذلك من خلال الطريقة التي يتعامل بها مع الأنساق المرتبطة بالعميل للحصول على أهداف محددة وهذه الأنشطة عادة ما تكون مهارية بالإضافة إلى المهارات الأساسية للممارسة العامة للخدمة الاجتماعية، ومن هذه المهارات:
  - تقديم المشورة العلمية المناسبة.
  - تقويم البرامج ومدى جدواها ومواجهتها لاحتياجات المجتمع الاقتصادية والاجتماعية.
  - تقويم المؤسسة ككل وتفهم نظام الجودة الشامل.
  - الدخول في تفاوض مع المؤسسات الأخرى.
  - ممارسة العمل غير المباشر على متخذي القرارات أو ما يسمى «الدهلزة»[٨].
- التغير السريع الذي يمر به العالم، حيث أصبح العالم الذي نعيش فيه بيئة دينامية سريعة التغير بالإضافة إلى التقدم العلمي في كافة المجالات ويصبح ذلك تحديًا أمام ممارس المهنة بمتابعة آثار تلك العمليات سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية أو نفسية.
- ما تقوم به الدولة من مشروعات عملاقة لتحقيق التنمية الشاملة في المجتمع المصري ويضع أمام الخدمة الاجتماعية تحديًا يتعلق بكيفية إعداد المواطن المصري للمشاركة في تنفيذ تلك المشروعات والاستفادة منها بما يحقق الهدف من إقامة تلك المشروعات[٩].

ويمكن تحديدًا القول بأن هذه التحديات التي أفرزتها التغيرات والتحولات العالمية والمحلية ما تلقي عبئًا على مهنة الخدمة الاجتماعية تتمثل في مجموعة من الركائز الأساسية والتكنيكات والمداخل المناسبة للعمل على نحو أكثر فاعلية لمواجهة هذه التحديات والحد من تفاعلها والتأثير على الأوضاع والمتغيرات الداخلية في المجتمع المصري.

وفي ذلك يكمن سعي الخدمة الاجتماعية للتحرك بطريقة حاسمة في كل من التنمية الاقتصادية والاجتماعية وجدوى الممارسة تكون في طبيعة التوجيه في الممارسة الحالية والاتجاه نحو البحث في المستقبل مرتكزًا على قيم ومعارف وطرق حديثة للمهنة. ويمكن في ضوء العديد من التعريفات المعاصرة للخدمة الاجتماعية وأهدافها وخصائصها المميزة لها تحديد معالمها إجرائيا كالآتي:

- الخدمة الاجتماعية مهنة تركز على التفاعل بين الإنسان والبيئة التي يعيش فيها، فهي تهتم بتحسين نوعية الحياة لكل إنسان.
- الخدمة الاجتماعية مهنة تقوم على ثلاث أسس، أساس معرفي من العلوم الإنسانية والقاعدة العلمية التي تكونت من نماذج الممارسة المهنية والتي تعد ركيزة أساسية لعلم الخدمة الاجتماعية وأساس قيمي يعبر عن قيم وأخلاقيات المهنة، وأساس مهاري يعبر عن فن الخدمة الاجتماعية بمعنى قدرة الأخصائي الاجتماعي على أداء أدواره المهنية(١٠).
- تهدف الخدمة الاجتماعية بصفة أساسية إلى إحداث تغيرات مرغوب فيها في الأفراد والجماعات والمجتمعات وذلك بقصد إيجاد تكيف متبادل بين الأفراد وبيئاتهم الاجتماعية، كما أنها تهدف إلى استثمار أقصى ما لديهم من قدرات للوصول إلى مستويات اجتماعية

لائقة[١١] وهي في سبيل ذلك تسعى لتحقيق أهداف ذات طابع وقائي وعلاجي وتنموي فتسعى من خلال تحقيق الهدف الوقائي إلى التعرف على المناطق الكامنة والمحتملة لمعوقات الأداء الاجتماعي للأفراد والجماعات والمجتمعات ومنع ظهورها مستقبلا أو التقليل منها إلى أقصى حد ممكن، ويعتمد الهدف العلاجي على عملية حل المشكلة لتقوية واستعادة قدرات الأفراد والجماعات والمجتمعات على الأداء الاجتماعي ومواجهة مشكلاتهم أما الهدف التنموي فيقوم على إحدى تغيرات في المنظمة والأوضاع الاجتماعية السلبية وتنمية قدراتهم لتحمل المسئولية في تحقيق التقدم الاقتصادي المنشود[١٢].

- لتحقيق تلك الأهداف السابقة فإنه على المهنة تحديد طبيعة الممارسة والمعرفة العملية بالمجتمع المحلي وأشكال الممارسة المختلفة بها ذلك أنه يجب أن يتفهم الأخصائيون الاجتماعيون كيف تتلاءم مهنتهم مع هياكل المجتمع وطبيعة الممارسة. وتحددت الخدمات التي تؤديها المهنة إلى خدمات مباشرة وخدمات غير مباشرة من خلال مؤسسات متخصصة يديرها أخصائيون إجتماعيون متخصصون تعرف بالمؤسسات الأولية أو من خلال مؤسسات أخرى تعرف بالمؤسسات الثانوية أو المضيفة كما تتنوع المجالات التي تمارس فيها الخدمة الاجتماعية كالمجال الطبي والمدرسي، والعمالي ومجال رعاية الشباب[١٣].

- الخدمة الاجتماعية مهنة تعمل مع البشر أفرادا وجماعات ومجتمعات لتحقق لهم وبهم أكثر مستويات الحياة الإنسانية تكاملاً وارتقاء[١٤] ولما كانت طبيعة احتياجات الإنسان في هذه المواقع لابد

وأن تكون متمايزة فقد نتجت عن هذه المهنة ثلاث طرق أساسية وهي طريقة خدمة الفرد وطريقة خدمة الجماعة وطريقة تنظيم المجتمع كما ظهرت طرق مساعدة تتضمن إدارة المؤسسات الاجتماعية والتخطيط الاجتماعي والبحث في الخدمة الاجتماعية.

- تتفق فلسفة وأساليب المهنة مع أيديولوجية المجتمع فهي ليست واحدة في كل المجتمعات بل تلتزم بأيديولوجية المجتمع الذي تعمل من خلاله، ففي بعض المجتمعات تهدف جهودًا علاجية في المقام الأول (المجتمع الأمريكي) بينما في مجتمعات أخرى تركز على الجهود التنموية مع عدم إغفال الجهود العلاجية والوقائية (مصر والدول النامية)[١٥].

وكما تمثل الخدمة الاجتماعية بؤرة الاهتمام ومركز الصدارة بين الوظائف المختلفة للمهن الأخرى التي يضمها نظام الرعاية الاجتماعية ذلك لأن الوظائف المتخصصة في المساعدة تشكل نسق أو نظام الرعاية الاجتماعية التي يقوم بها الأخصائيون الاجتماعيون من خلال تطبيق أو ممارسة الخدمة الاجتماعية[١٦].

وكما أن الوظيفة الأساسية لأي مجتمع كنظام اجتماعي هو إشباع احتياجاته وحل مشكلاته التي تواجهه عن طريق المنظمات الموجودة به، وتقديم العديد من النشاطات ممثلة في برامج الرعاية الاجتماعية لتأدية خدمات للمواطنين التي يحتاجون لها في ظل سياسة قومية وخطة عامة بغرض توفير خدمات أساسية للمواطنين كالتزام من جانب الدولة إزاء مواطنيها[١٧] وهكذا ومن ضرورة الاستجابة للمجال الحالي وبوضعية المجتمع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية تظهر الحاجة إلى ممارسة هذه المهنة وباتجاه الإصلاح وتأكيد بناء المجتمع المحلي وممارسته للحركة الحاسمة في كل من التطور

الاقتصادي والاجتماعي تكون هذه المهنة بجانب ذلك يكون السعي إلى محاولات مستمرة لطرح قضية هذه الممارسة في زيادة هذه العملية وذلك لاستخلاص بعض المسلمات التي تتضح في زيادة ترابطية الممارسة المهنية ومحاولة الاستفادة منها محليًا سواء بمساعدة الناس في تقديم خدمات ملموسة بتقديم الإرشاد والعلاج النفسي للأفراد والأسر والجماعات أو مساعدة المجتمعات المحلية في تقديم أو تحسين الخدمات الاجتماعية إلى جانب الإسهام في العمليات التشريعية والمتصلة بتحقيق أهداف هذه المجتمعات.

ثانيًا: في علاقة الاتصال بممارسة الخدمة الاجتماعية:

Communication and Social work practice

ما دمنا قد سلمنا بالعلاقة الحتمية بين كافة العلوم الإنسانية فإن الاتصال كعلم إنساني لابد وأن يرتبط بالخدمة الاجتماعية بدورها كمهنة إنسانية. إلا أنه وصولا إلى قناعة منطقية وعلمية لأهمية احتواء مناهج الخدمة الاجتماعية لعلم الاتصال بمهاراته وأساليبه المختلفة، فمن المفيد أن نحصر علاقتها الوثيقة ونحدد أبعادها من خلال استجلاء مناطق الاتفاق والاختلاف بينهما ووشائج العلاقة الدقيقة التي تربطهما.

١. يجمع بين الاتصال والخدمة الاجتماعية تماثلاً تاريخيًا في نشوئهما بل وفي تحول كل منهما إلى علم ومهنة مستقلة فإذا كان الاتصال قد عرفة الإنسان منذ بداية تكوين الجماعة الإنسانية في أعماق التاريخ كلما كان ضرورة حيوية لمشاركة الإنسان في حياة الجماعة مثل (مشاركة الرجل والمرأة - مشاركة الرجل لأبنائه - مشاركة العامل مع أقرانه... إلخ) فإن الخدمة الاجتماعية بدورها ظهرت تلقائيًا في هذه الجماعة كضرورة لمساعدة الإنسان لأخيه الإنسان.

فكل من الاتصال والخدمة الاجتماعية هما فعل اجتماعي فرصته الحياة الاجتماعية والعقل الجمعي.

٢. تحول كل من نشاطيهما الفطري إلى مهنة علمية متخصصة خلال القرن الحالي كان ضرورة حتمية لتعقد الحياة الإنسانية والاجتماعية التي تجاوزت علاقة الوجه بالوجه *Face to face* والاحتياجات البسيطة للإنسان إلى عالم متشابك العلاقات متعدد الاحتياجات ومتراكم المشكلات. وإذا كانت الثورة الاجتماعية التي قامت خلال القرن الماضي والتي فجرتها

الثورة الفرنسية والثورة البلشفية لاتفاق الإنسان من كل أشكال الطغيان والجور والبؤس، فإن علم الاتصال بدوره قد حول الاتصال التلقائي الذي يمارسه الإنسان عفويًا إلى مهنة علمية بفعل ثورة الاتصال والتكنولوجيا التي حققتها الإنسانية خلال هذا القرن.

٣. كل من الاتصال والخدمة الاجتماعية مهنتان تعنيان برفاهية الإنسان وتيسر تعايشه مع مجتمعه وأدائه لوظائفه الاجتماعية، فإذا كان الاتصال هو علم الارتباط وفن التغيير للاتجاهات وعلم تدعيم العلاقات كضرورات حيوية لخدمة الإنسان، فإن الخدمة الاجتماعية هي علم تدعم ارتباط الإنسان بمجتمعه من خلال مساعدته لينمو اجتماعيًا لتحقيق أفضل حياة ممكنة للتكيف مع بيئته الاجتماعية.

٤. كل منهما يعني إما بعلاج المشكلات الاجتماعية أو الوقاية منها أو لتحقيق التنمية. فإذا كان فن الاتصال يوجه لعلاج المشكلة السكانية مثلاً أو المشكلة الانحرافية كما أنه يوجه للوقاية من أمراض العصر كالإيدز وأمراض القلب والإدمان وما إليها من خلال وسائل الإعلام المختلفة، فإن الخدمة الاجتماعية بدورها هي مهنة علاجية لمشكلات الإنسان الفردية والجماعية والمجتمعية ومهنة وقائية لتجنب الإنسان المشكلات بأساليب تربوية وتعليمية وترويحية وخاصة في النشاط الجمعي ومشروعات خدمة البيئة ... إلخ، كما أن كلا منهما يسهم بأساليب مختلفة لتحقيق التنمية الاجتماعية للمجتمع ككل سواء تنمية اقتصادية لتدعيم مؤسسات المجتمع الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية والتدريبية أو تنمية إنسانية لزيادة كفاءة الإنسان عقليًا أو أخلاقيًا ونفسيًا ومهنيًا وصحياً، فأن اختلفت أساليب كل منهما لتحقيق هذه الأهداف.

٥. تعتنق كل منهما قيم إنسانية مشتركة أهمها:

- إنسانية الإنسان.
- فردية الإنسان.
- حق الاختيار وحرية الإرادة.
- عدم التحيز أو التعصب.
- تقدير قدرات الإنسان وإمكاناته.

٦. كل من الخدمة الاجتماعية والاتصال يستقي قاعدتها العلمية من نظريات العلوم الإنسانية الأخرى أهمها:

- نظريات علم النفس.
- نظريات علم الاجتماع.
- نظريات علم الأنثروبولوجي.
- نظريات علم الإدارة.
- نظريات البحث العلمي.
- نظريات علم التخطيط.
- نظريات علم النفس الاجتماعي.
- نظريات علم الإعلام والتنمية السياسية.

وإن تباينت استخدامات كل منهما بهذه النظريات بما يتفق وأهدافها الخاصة، بل تطوعها ليناسب أساليبها التطبيقية.

٧. تزود كل من الخدمة الاجتماعية والاتصال لبعضها البعض بمعارف خاصة وأساليب مهنية، كأن تزود الخدمة الاجتماعية الاتصال بصفة المقابلة أو حل المشكلة أو قيادة الجماعات أو تنمية الأحياء وأن يزود الاتصال الخدمة

الاجتماعية بصفة الارتباط المباشر وغير المباشر وأساليب التوعية والتثقيف وقياس الرأي العام وكيفية تغيره.

٨. يقوم كل منهما على ركيزة مشتركة قوامها العلاقة المهنية، فلا يمكن ممارسة عمليات اتصالية دون علاقة كما لا يمكن ممارسة طرق الخدمة الاجتماعية وأساليبها دون العلاقة أما جوانب الاختلاف فيما بينهما فيمكن حصره فيما يلي:

- علم الاتصال، علم وصفي يصف «الاتصال» ونماذجه وأساليبه وصفًا تقريريًا لما هو كائن كعلم نظري معرفي لإدراك خطوات وعمليات اتصال الفرد بالآخرين أفرادًا أو جماعات لتحقيق هدف إعلامي معين. إلا أنه على هذا النحو يختلف عن الخدمة الاجتماعية كمهنة تطبيقية لا تقتصر على وصف المشكلات أو النظريات ولكن تقوم على الممارسة الفعلية. فالاتصال يعني (بماذا أو ما هو الشيء) *What*. ولكن الخدمة الاجتماعية تعني (بكيف نحقق هذا الشيء) *How*.
- خدمات الاتصال تعريفية تثقيفية *Cognitive* فقط بينما الخدمة الاجتماعية تثقيفية وإصلاحية وعلاجية وتيسيرية وتنموية وممكنة ومرافعة ومحولة. فالأولى خاصة بينما الثانية شاملة.
- الاتصال علم غائي النزعة *Purposeful* لتحقيق هدف معرفي معين لاتجاه خاص مستهدف أيا كانت هذه الأهداف واتفاقها والقيم العامة أو عدم اتفاقها. (كالترويج الزائف لسلعة معينة أو أيدلوجية خاصة... إلخ) بينما الخدمة الاجتماعية مهنة إنسانية تقوم على الخير المطلق *good will* والحب الإنساني وإسعاد الإنسان أينما كان وأينما يكون. فالأول علم خاص لفئات خاصة ولاتجاه خاص، بينما الثانية علم عام لجميع الفئات ولكافة الاتجاهات الإيجابية وحدها.

- تؤمن بعض نظريات الاتصال بتجاهل رغبات الفرد أما صالح الجماعة أو ما يعرف بميكيافيلية الممارسة (الغاية تبرر الوسيلة) بينما الخدمة الاجتماعية مهنة العطاء، تضع دائمًا في اعتبارها صالح الفرد والجماعة والمجتمع دائمًا.
- الخدمة الاجتماعية مهنة مؤسسية، لا تمارس أنشطتها إلا في إطار مؤسسة معينة، بينما علم الاتصال لا يقتصر ممارساته على التنظيمية المؤسسية بل هو يدرك الاتصال كل أشكاله سواء أكان اتصالاً مؤسسيًا أو اتصالاً شخصيًا أو اتصالاً عفويًا.
- الاتصال علم لا يقبل التطويع أو التوطيد ليناسب كل مجتمع على حدة. ففنونه ومهاراته ونماذجه وأساليبه واحدة مرتبط بتكنولوجيا العصر في الاتصال والإعلام وفق خطوات عامة مرتبطة بها. بينما الخدمة الاجتماعية مهنة خاضعة للتوطيد اتفاقًا وقيم وإمكانات ومشكلات كل مجتمع على حدة، بل إن نظرياته، ونماذجه العلمية ليست موحدة في جمع دول العالم وإنما تخضع للاختيار والتقنين وفقًا لثقافة المجتمع ككل.
- للخدمة الاجتماعية مجالات متنوعة وطرق مختلفة واستراتيجيات خاصة تحدد كلها أهداف الخدمة الاجتماعية في كل مجال وقواعدها ومفاهيمها. فالميدان المدرسي له قوالبه الخاصة للخدمة الاجتماعية تختلف عن الميدان الطبي الذي يختلف عن مجال الانحراف.... إلخ. بينما للاتصال قوالب موحدة تتسم بالإستاتيكية والثبوت.
- ممارسة الخدمة الاجتماعية تتطلب مهارات خاصة للممارس أهمها الكاريزماتية والدفء الإنساني والاتزان الانفعالي والذكاء الاجتماعي وما يعرف بالوسيط الأخلاقي أو الوسيط الذهبي *Golden media* كنموذج وسطي يتسم بالحيادية وعدم التطرف خلقا وسلوكا. هذا بينما لا يتطلب الاتصال

مثل هذه المهارات اللهم إلا مجموعة من القدرات الاتصالية في إدارة عمليات الاتصال الهادفة والتي غالبًا ما تخضع لقواعد ثابتة وتكنولوجيا الأجهزة.

- الاتصال عملية ارتباط شخص بآخر أو بآخرين بغية نقل أفكار ومعارف وصولاً إلى تحقيق هدف محدد. وهدفه الأمثل هو اتجاه مؤيد أو معارض. من ثم فمادته هي المعلومات والأفكار والمعارف.

أما الخدمة الاجتماعية فمادتها تتجاوز المعارف والأفكار إلى السلوك والعواطف والمعتقدات والعادات لصورة متكاملة تحقيقًا لهدف المهنة الأساسي وهو النمو الاجتماعي للفرد، وفي نفس الوقت تمتد جهودها إلى المؤسسات والأجهزة والتشريعات لتنميتها وتدعيمها، وإلى السياسة الاجتماعية والتخطيط الاجتماعي لإرسائهما تحقيقًا لأهدافها المثلى في تحقيق الرفاهية الاجتماعية.

- إذا كانت العلاقة بين الأخصائي الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية (كمرسل) وبين الفرد أو الجماعة أو المجتمع المحلي (كمستقبل) هي بالضرورة علاقة مباشرة منظورة، فإنها بين المرسل والمستقبل في علم الاتصال لا تتطلب مثل هذه العلاقة المباشرة بل أنها قد تمتد لتكون اتصالاً بين عوالم مختلفة كعالم الأرض وعالم الفضاء أو بين المرسل في أقصى أطراف الكرة الأرضية وأقصاها في الطرف الآخر(١٨).

ثالثًا: مفهوم الاتصال في الخدمة الاجتماعية:

يعد الاتصال جوهر العمل بالنسبة للأخصائي الاجتماعي..لأن أساس العلاقة بين العميل والأخصائي الاجتماعي... هو الاتصال .. وبينه وبين الجماعات (الاتصال) وبينه وبين المجتمع المحلي (الاتصال).

ويعرف الاتصال في إطار مهنة الخدمة الاجتماعية بأنه «تلك العملية التي من خلالها يتم نقل الآراء والأفكار والمعاني والخبرات من شخص (الأخصائي الاجتماعي) إلى شخص آخر (الفرد ـ الجماعة ـ المجتمع) بما يسهم في تحقيق التوافق الاجتماعي ومواجهة المشكلات.

وهذا التعريف يتضمن عدة جوانب مهمة في عمل الأخصائي الاجتماعي هي:

١) أن وحدة العمل قد تكون فرد، جماعة، المجتمع.

٢) أن جوهر العامل هو « تبادل الخبرات/ الأفكار/ الآراء/ المعاني.

٣) أن يتم خلال هذه العملية مشاركة بين الأخصائي الاجتماعي والوحدات التي يتعامل معها سواء كانت فرد أو جماعة أو مجتمع.

٤) أن المستهدف من عملية الاتصال هو مواجهة المشكلات وتحقيق التوافق الاجتماعي وبالتالي أداء الوظائف الاجتماعية على احسن وجه.

ومهنة الخدمة الاجتماعية تعتمد قاعدتها على الاتصال لضمان تحقيق الأهداف التي تسعى إليها لذا فإن الاتصال لا يعتمد فقط على نقل المعلومات بل هناك العديد من الرسائل الأخرى. إلا أنه يمكننا التمييز بين نوعين من الرسائل:

أ- رسائل على مستوى المحتوى: ونقصد بها الوقائع أي الموضوعات، الخبرات، الأفكار، المعاني... وكلها يعبر عنها باستخدام الكلمات.

ب- رسائل على مستوى العلاقات.. وتتضمن التعبيرات عن الحالة الوجدانية للشخص ـ مفهوم الفرد عن ذاته ـ طريقة تقديره لآخرين ـ التفاعل الوجداني بين الأخصائي والعميل ـ تقدير الاهتمامات بالمجتمع ـ المشاركة ـ تدعيم العلاقات بين القيادات ـ التفاوض ـ الإقناع ـ تحقيق التعاون

ويجب على الأخصائي الاجتماعي أن يدرك الجوانب المتصلة بالمحتوى والأخرى المتصلة بالعلاقات وأن الاتصال غير اللفظي غالب ما يكون مصدرًا غنيًا بالمعلومات الصادقة المعبرة عن المعنى الحقيقي بدرجة تفوق الاتصال اللفظي.

كما قد عرفت الجمعية الدولية للأخصائيين الاجتماعيين *NASW* الاتصال بأنه أحد عناصر الحياة الاجتماعية... وهو عملية يتم من خلالها تبادل المعاني بين الأفراد والمشاركة من جانب أفراد المجتمع في أنشطة المجتمع، كما أنه وسيلة ضرورية ومهارة متميزة يمكن من خلالها التأثير في سلوك الأفراد والجماعات والمؤسسات.

وهذا يوضح لنا أهمية الاتصال المباشر مع أفراد المجتمع لأنه يوضح الصورة الكاملة أمام الممارس مهنة الخدمة الاجتماعية سواء ما يتصل منها بنوعية الاحتياجات التي يعاني منها أفراد المجتمع، أو نوعية القيادات إلى يمكن أن تشارك في إشباع هذه الاحتياجات وكذلك القيادات الأخرى التي تحاول عرقلة عملية إشباع الاحتياجات لأنها مستفيدة منها.

إلا أن الهدف النهائي من التعامل مع هذه الوحدات في إطار مهنة الخدمة الاجتماعية هو تحويلها إلى قوة إيجابية ومشاركة في تنمية المجتمع والحد بقدر الإمكان من القوى السالبة التي قد تهدد أمن واستقرار المجتمع.

لذلك يمكن أن نضع التعريف التالي للاتصال في إطار مهنة الخدمة الاجتماعية:

١- هو عملية يستخدمها الأخصائي الاجتماعي للتعامل مع وحدات المجتمع.

٢- يتم من خلال هذه العملية نقل الأفكار، المعاني، الخبرات.

٣- يقوم الاتصال على فكرة الأخذ والعطاء أي تستثمر في الاتصال بمقدار ما نتوقع تحقيقه من هذا الاتصال من فوائد.

٤- يعتمد على التفاعل والتبادل المشترك للأفكار والخبرات والمعاني.

٥- يترتب عليه مواجهة المشكلات وتحقيق التوافق الاجتماعي.

٦- يستخدم في إطار عملية الاتصال عدة رسائل (سمعية/ بصرية/ سمعية بصرية) بما يتلاءم مع طبيعة الموقف وتحقيق الأهداف المرجوة[١٩].

رابعًا: أهمية الاتصال في الخدمة الاجتماعية وطرقها المختلفة وطبيعة الممارسة

١- ويتوقف على هذه المهارة نجاح الأخصائي في ممارسته لدوره المهني سواء داخل المؤسسة أو خارجها.

٢- يمكن من خلاله زيادة معدلات المشاركة من جانب أفراد المجتمع في مشروعات التنمية وكذلك زيادة انتمائهم لمجتمعهم وذلك لأن المعلومات التي سوف يحصلون عليها من خلال عملية الاتصال تتسم بالصدق والصراحة، والوضوح، والشمول.

٣- يكتسب أفراد المجتمع من خلال هذه المهارة معلومات جديدة كما تزيد من فرص التفاعل الاجتماعي فيما بينهم من خلال ما يتم نشره بالصحف والمجلات والإذاعة والتليفزيون...إلخ.

٤- إنها أداة مهمة لربط كافة المكونات الداخلية للمؤسسة مع بعضها وفي تدعيم علاقة المؤسسة بالبيئة المحيطة بها.

٥- إنها أداة فعالة لمواجهة أي شائعات أو معوقات تواجه المؤسسة سواء بين أفرادها أو كانت إشاعات أو معوقات تتصل بالمجتمع المحلي المحيط بها.

٦- إنها وسيلة أساسية في تحسين الأداء والتبادل الفكري بين الرؤساء والمرؤوسين وبين الإدارات المختلفة بالمؤسسة والمؤسسات الأخرى ذات العلاقة بها.

٧- تعمل على خلق فرص الاحتكاك والتقارب بين الأفراد والجماعات والمؤسسات والمجتمع.

٨- ومهارة الاتصال مهارة إنسانية فيها احترام الإنسان وقيمه وتفكيره ومشاعره ومن خلالها يتم مواجهة احتياجاتهم الأساسية.

ولما كان هناك عدد من الدوافع التي تدفع الفرد إلى الاتصال مع الآخرين، وليس لإشباع الحاجات الأولية أو الأساسية فقط ولكن لتلبية حاجات أخرى فردية وإجتماعية بوصفه عضوًا في جماعة من الجماعات أو المجتمع.

وتتلخص أهمية الاتصال بالنسبة للفرد في الآتي:

١. يقوم البناء الاجتماعي داخل الجماعة، أو داخل المجتمع على تحديد الدور الذي يقوم به كل فرد داخل هذا البناء. وهذا ما يجعل الفرد يشعر بقيمته داخل الجماعة أو المجتمع. وهذا الدور يفرض على الفرد القيام بوظائف متعددة تختلف فيما بينها من دور إلى آخر. وتحقق في النهاية التكامل الاجتماعي، وذلك لارتباط وظيفة كل فرد حسب دوره بالآخرين. ولا يمكن أن يقوم بهذه الوظائف التي تتفق مع الدور الاجتماعي دون اتصاله بالآخرين.

ونادرًا ما نجد دورًا اجتماعيًا لا يفرض على الفرد اتصالا بالآخرين. وحتى إذا كان هناك مثل هذا الدور، مثل دور الباحثين أو العلماء المتفرغين للبحوث والاكتشافات العلمية، فإن هذا الدور يفرض عليه اتصالاً مع زملائه أو أقرانه، خاصة وأن المعرفة العلمية أصبحت تميل إلى التخصص الدقيق الذي يتكامل مع غيره من التخصصات. وذلك بجانب الاتصال اليومي لإشباع الحاجات الأولية أو الأساسية.

وبجانب ما يفرضه الدور الاجتماعي من اتصال بالآخرين، فإن اتصال الفرد بمصادر المعلومات والمعرفة يدعم المكانة الاجتماعية التي ترتبط بهذا الدور أو يفرضها.

٢. ونظرًا لأن العزلة داخل المجتمع تجسد لدى الفرد الإحساس بالخوف. فإن الاتصال بالآخرين يساعد الفرد على الاقتراب منهم، ودعم الإحساس بالأمن والطمأنينة الناتجة عن التماسك الاجتماعي، والذي يعمل أيضًا على دعم الاتصال بالآخرين، ويعتبر مظهرًا من مظاهره.

ويتأكد الإحساس بالأمن داخل الجماعة بقيام علاقات اجتماعية إيجابية بين أفرادها، تجعل الفرد يعرف الآخرين، ويتبادل معهم الحاجات والأفكار والآراء من خلال الاتصال المستمر في حياة الفرد اليومية.

٣. وتظهر أهمية الاتصال للفرد في حاجته إلى المعلومات والمعارف الخاصة بالقضايا والموضوعات اليومية، التي تفيد الفرد في اتخاذ قراراته اليومية.

وبالإضافة إلى ذلك تظهر الحاجة إلى الارتفاع بمستوى المعارف والمهارات. التي تنعكس على الأداء والإنجاز اليومي. وكذلك المعارف الثقافية التي تفيد في الخروج بأحكام صائبة في الموضوعات التي يتعرض لها الفرد في حياته اليومية.

وتظهر أهمية الاتصال أيضًا في حاجة الفرد إلى المعلومات والمعارف التي تدعم ما يؤمن به من أفكار وقيم ومعتقدات.

٤. وتظهر أيضًا أهمية الاتصال للفرد في كونه العملية الأساسية لاكتساب الفرد خصائص وسمات المجتمع الذي يعيش فيه وينتمي إليه. وتدعم بالتالي انتماءه إلى هذا المجتمع. فالفرد من خلال الاتصال يكتسب قيمًا وأفكارًا ومعتقدات المجتمع. وينقلها بالتالي إلى آخرين في صورة أو أخرى، وفي إطار عمليات اجتماعية مثل التنشئة الاجتماعية. فيتحقق بالتالي التكيف الاجتماعي مع هذا المجتمع، والتوافق مع قيمه وعاداته ومعتقداته.

٥. وبجانب الأهمية التي يعكسها الدور الاجتماعي، والمكانة الاجتماعية والحاجة إلى الانتماء، والتكيف الاجتماعي، بجانب الأهمية التي يعكسها كل ذلك للاتصال، تظهر حاجة الفرد إلى الاتصال للهروب من الواقع اليومي، والتحليق في عالم الخيال، أو الواقع الآخر الذي يرسمه الآخرون في كتاباتهم أو أعمالهم التي تعرض في الصحف أو الراديو أو التليفزيون أو السينما أو المسرح. من محتوى ترفيهي يساعده على ذلك بوصفها وسائل الاتصال بأعداد كبيرة من المتلقين.

وبجانب ما يقوم به الاتصال من وظائف تعكس أهميته للفرد، فإن أدوارًا أخرى للاتصال تعكس أهميته للمجتمع مثل:

١. يوفر الاتصال للأفراد في المجتمع، والمجتمع الكل، المعلومات الخاصة بالبيئة والأخطار المحيطة بها. مما ينعكس على دعم الاستقرار والأمن داخل المجتمع وخارجه.
٢. يحقق الاتصال الترابط أو التقارب بين أفراد المجتمع وعناصره. ودعم التفاعل بينهم، فيؤدي ذلك في النهاية إلى تحقيق التماسك الاجتماعي.
٣. يحقق الاتصال المحافظة على الهوية الثقافية للمجتمع. بنقل تراثه من جيل إلى آخر، وتعريف الأجيال الجديدة بهذا التراث، الذي يعتبر أحد المحددات الأساسية للنظام الثقافي في المجتمع.

ولا يعني عرض هذه الوظائف التي تعكس أهمية الاتصال في المجتمع، ضرورة أن توفر أي عملية اتصالية كل هذه الوظائف معًا. ولكن العملية الاتصالية يمكن أن تقوم بوظيفة أو أكثر، أو تؤدي محصلة العمليات الاتصالية التي يشارك فيها الفرد إلى مجموعة هذه الوظائف، أو تسهم وسائل الاتصال بأنواعها في تحقيقها معًا[٢١].

(١) الاتصال في خدمة الفرد:

يقوم فن خدمة الفرد على أساس إيجاد صلة بين الأخصائي الاجتماعي المهني «أخصائي خدمة الفرد» والمبحوث أو المستفيد من الخدمة الاجتماعية، من خلال سلسلة من الاتصالات. ولا يتحقق النجاح في خدمة الفرد، لمجرد إجراء اتصالات روتينية، وإنما من الضروري أن يعتمد فن خدمة الفرد على التفاعل الإيجابي المباشر بين الأخصائي الاجتماعي والمستفيد. ذلك أن هدف فن خدمة الفرد بصفة عامة يقوم على تأهيل فرد معين أو جماعة صغيرة (سواء أكانت إحدى جماعات النشاط الحر، العمل أو أسرة.. إلخ). وبجانب التأهيل، فأنها يمكن أن تستعين بالمعونات الاجتماعية. وفن خدمة الفرد هو الأسلوب الأول من أساليب الرعاية الاجتماعية.

وخدمة الفرد تعرف بأنها «طريقة مهنة الخدمة الاجتماعية في مساعدة الأفراد سيئي التكيف الذين يقعون في مجالها باستغلال الطاقات الشخصية والبيئية في تصحيح تكيفهم» ومن خصائص خدمة الفرد أنها «تتميز.. بطريقة التعامل الفردي، وليس معنى التعامل الفردي أن نقصر عملنا على الفرد أو الشخص ذي المشكلة، بل لابد لنا من ـ الاتصال ـ بالأسرة، فأن الفرد عضو في وحدة أكبر هي الأسرة، ولا يمكن فهمه ومساعدته في حالات كثيرة، إلا بعد دراسة أحواله المعيشية وتكوين (بناء) أسرته وعلاقاته معها وعلاقاتها مع المجتمع الخارجي، وبوحداته الصغيرة والكبيرة. وذلك على إعتبار أن شخصية الفرد محصلة للعوامل الوراثية ولعمليات التطبيع (التنشئة الاجتماعية) التي يوفرها المجتمع للفرد باعتباره صنيعة المجتمع، وأن مشكلات الفرد ترتبط أيضًا بالمجتمع».

ومما يجدر الإشارة إليه أن مفهوم المشكلة الاجتماعية معناه وجود موقف اجتماعي يتطلب الحاجة إلى تحسينه أو هدمه وإعادة بنائه من جديد وبالتالي يمكن تقسيم المشاكل الاجتماعية إلى نوعين هما :

أ) المشكلات الناجمة عن ظروف المجتمع أو البيئة الاجتماعية، وتشمل عيوب الأفراد وعدم تكيفهم، وكذلك عيوب الأسر والجماعات الصغيرة. ومن أمثلة ذلك المشكلات الناتجة عن الفقر والرذيلة والمرض... إلخ. ومثل تلك المشكلات الاجتماعية يتولى الأخصائيون الاجتماعيون تناولها بتوفير عوامل الوقاية والعلاج .

ب) المشكلات الناتجة عن تصدعات في البناء الاجتماعي للمجتمع، مثل الفساد الأخلاقي أو السياسي أو الاقتصادي. والبطاقة الدورية، والكوارث المتعددة والحروب...إلخ. وبالتالي فأنه ليس في طاقة شخص واحد أو حتى فريق متكامل من الأخصائيين إصلاح تلك العيوب وإنما يجرى علاجها بواسطة السياسة الاجتماعية والتخطيط الاجتماعي .

ومما يلفت النظر أن هذين النوعين من المشاكل الاجتماعية يتداخلان ويترتب عليهما سمات مشتركة. ومع ذلك فأن المتخصصين في طريقة خدمة الفرد، عندما يتناولون مشاكل الأشخاص يقصدون - في الغالب - المشاكل الاجتماعية التي تدخل في النطاق الأول، أي المشاكل الاجتماعية بمعناها الضيق.

الموقف الاتصالي في خدمة الفرد:

وفي ضوء تعريف وتحديد المقصود بخدمة الفرد ومجالاتها، يمكن إيضاح الموقف الاتصالي على أنه عملية دينامية تجمع بين أخصائي اجتماعي من مهامه تقديم خدمات فنية أو معونات اجتماعية ومبحوث في حاجة إلى ما

يقدمه الأخصائي الاجتماعي من خدمات متنوعة. وخطوات العملية الاتصالية هنا تتلخص في :

أ) قيام المبحوث (أو المستفيد من الخدمة الاجتماعية) بالاتصال بأخصائي اجتماعي خدمة الفرد من أجل تحقيق هدف معين، سواء بالاتصال الشخصي أو بتقديم التماس وإرساله بالبريد، أو بالاتصال التليفوني...إلخ.

ب) إستجابة الأخصائي الاجتماعي للمستفيد من الخدمة الاجتماعية عن طريق إتاحة الفرصة له لكي يوضح نفسه ومشكلته ومشاعره.. ولا يتحقق ذلك بصورة علمية، إلا من خلال عملية إستبار «مقابلة» وقد تتعدد المقابلات.

ج) الموضوع أو المشكلة التي من أجلها يتحقق الاتصال.

وخلاصة القول إن الموقف الاتصالي هنا يتكون من ثلاثة عناصر متنوعة ومتفاعلة، هي الأخصائي الاجتماعي، والمستفيد من الخدمة الاجتماعية، والمشكلة التي من أجلها تم الاتصال. والعملية الاتصالية بهذه الصورة، إنما هي موقف دينامي يعبر عن علاقة اجتماعية، تعتمد على عملية اجتماعية هي التعاون من أجل المجتمع، ومثل هذه العلاقة يمكن تصور طرفيها (الأخصائي الاجتماعي والمستفيد) على أنهما: إرادة واستجابة، مثل أي علاقة اجتماعية أخرى. وبالتالي فأن موقف الاتصال هنا عبارة عن سلسلة من المدركات والاستجابات بين كل من طرفية، مع ما يصحب الإدراك والاستجابة من انفعالات ودوافع نفسية وبواعث اجتماعية، تؤثر في عناصر الموقف الاتصالي.

ومن وسائل الاتصال في خدمة الفرد:

(١) المقابلة:

المقابلة في خدمة الفرد يقصد بها لقاء الأخصائي مع العميل في مكان العمل أو في الزيارة المنزلية بهدف دراسة المشكلة وتشخيصها وعلاجها وهي لقاء مهني مرتبط بالمؤسسة ووظيفتها وشروطها، وليست المقابلة مقتصرة على العميل فقط بل تتسع حتى تشمل كل المصادر الدراسية التي يلجأ إليها الأخصائي الاجتماعي لاستكمال الدراسة أو المشاركة في وضع الخطة العلاجية.

والمقابلة المهنية بصفة عامة هي فن يتطلب مهارات خاصة لمارستها، تلك المهارة المبنية على العلم والاستعداد والخبرة، ومن ثم فقد وضع لها شروطاً وأساليب وقواعد مبنية على الأساس العلمي والاستعداد الشخصي والخبرة المهنية، هذه القواعد والأساليب تقوم على حقيقة مؤداها أن العميل يعيش غالبًا موقفًا مؤلمًا يجعله حساسًا لاستجابات الآخرين، نتيجة لضغوط الموقف الذي يعاني منه، وهو كإنسان عادي يقاوم السلطة حتى ولو كان العطاء المتمثل في سلطة الأخصائي الاجتماعي الذي وهب جهده ووقته للمساعدة، والعطاء دون أن ينتظر جزاء أو شكر ولذلك نجد العميل، يمارس ألواناً مختلفة من صور السلوك الدفاعي ويبدي كثير من المشاعر السلبية وهو معذور في ذلك وعلى الأخصائي الاجتماعي أن يوجه تلك المشاعر ليحول الألم إلى أمل، واليأس إلى قوة، أي عليه أن يحول المشاعر السلبية إلى مشاعر إيجابية.

ومن هنا يتضح لنا أن القاعدة العلمية والمهارة المهنية والاستعداد والخبرة الميدانية في خدمة الفرد تصب في النهاية في المقابلة المهنية باعتبارها أساس النجاح في عملية المساعدة.

(٢) الزيارة المنزلية:

وهي مقابلة في منزل العميل - حيث تتيح الزيارة الفرصة لاتصال الأخصائي ببيئة العميل أو بالعميل نفسه في بيئته وعن طريق الاتصال اللفظي يمكن للأخصائي الاجتماعي أن يتعرف على جوانب لم يتمكن من التعرف عليها أثناء مقابلته للعميل في المؤسسة.

(٣) مقابلة خبراء أو أخصائيين.

(٤) المستندات والسجلات.

(٥) المكاتبات والمراسلات.

(٦) المكالمات التليفونية.

عوامل نجاح الاتصال في خدمة الفرد:

أ - تقدير المشاعر:

قد يكون المبحوث من الأشخاص الذين تغيرت أمامهم ظروف الحياة فأصبحوا بعد أن كانوا أغنياء فقراء... واضطرتهم ظروف، إلى طلب العون والمساعدة... وقد تقف الكلمات على شفاههم فيعجزون عن التعبير عما بداخلهم... وبالتالي فإن صمتهم هو أبلغ تعبير عن احتياجاتهم... ومن هنا كانت أهمية تقدير المشاعر لهؤلاء لإشاعة جو من التفاهم والثقة بينهم.

ب - السرية (الحفاظ على أسرار المبحوثين):

من أكثر الأمور التي تدعم العلاقة والاتصالية بين الأخصائي الاجتماعي والمبحوث هو الشعور بأن المعلومات التي يدلي بها المبحوث إنما هي ملك له لا يعلمها أحد (إلا الله سبحانه وتعالى) شعور المبحوث بذلك يجعله أكثر قربًا واتصالاً مع الأخصائي الاجتماعي... ومهارة الأخصائي الاجتماعي تتمثل في

إشاعة هذا الجو من الثقة المتبادلة والسرية التامة لما يدلي به المبحوث من أحاديث خاصة به أو بأسرته أو بالأوضاع المحيطة به.

جـ ـ الصراحة والوضوح :

كلما كان الأخصائي الاجتماعي واضحًا في عرض وظيفته وصريحًا في عبارته وفي سلوكه كلما شعر المبحوث بالأمن والاستقرار وحققت عملية الاتصال أهدافها دون خوف أو تحريف للمعلومات من جانب المبحوث.

ولا يحتاج الأمر هنا أكثر من قول الأخصائي الاجتماعي للمبحوث «إني في أتم الاستعداد لمساعدتك فأنني أقدر ما تعانيه من مشكلات... »مثل هذه العبارة قد تدفع المبحوث أن يعبر عن ما في داخله سواء بالكلام أو الصمت أو البكاء الكلام (لغة) والصمت (لغة)، والدموع (لغة)... وكلها أساليب اتصال... تقوم على الصراحة والوضوح إذا ما وجدت من يوظفها في الطريق الصحيح.

ء ـ الألفة والمودة:

وهي حصيلة ما سبق الإشارة إليه فحينما يكون هناك تقدير للمشاعر وحفاظ الأسرار، وصراحة ووضوح في التفاعل فإن مردود ذلك هو خلق حالة من الألفة والمودة تقود إلى تحقيق الهدف وهو الوصول إلى حل للمشكلات التي يعاني منها المبحوث «إن خلق هذه الألفة والمودة يجعل المبحوث أكثر قدرة على التعبير عما بداخله حتى ولو أدى ذلك إلى إدانته» فهو يشعر أن الأخصائي الاجتماعي يستطيع أن يجد له مخرجًا من هذه الإدانة بما لا يتعارض مع قيم المجتمع وأهدافه بل أنه يستقبل العقاب أي كان نوعه طالما وجد من يصارحه به ويرشده إلى الطريق السليم... ويتحتم هنا انتقاء الأسلوب المناسب في الاتصال سواء من خلال الكلمة أو التعبير الصامت القائم على

الإشارات المتبادلة عقليًا وعاطفيًا... وهو ما يطلق عليه في خدمة الفرد «التفاعل الوجداني المتزن»[٢٤].

(٢) الاتصال في خدمة الجماعة:

الجماعة هي إحدى أدوات المجتمع التي يستخدمها في تنشئة أفراد هذه الجماعات، وهي ظاهرة اجتماعية وضرورية، على اعتبار أنه من الضروري أن ينتظم الناس في جماعات ليضمنوا إشباع حاجاتهم الأساسية التي لا يمكن إشباعها بعيدًا من حياة الجماعة، أو بعيدًا عن الاتصال بغيرهم من الناس... بمعنى أن الشعور بالاستحسان الاجتماعي لا يتحقق إلا من خلال الجماعة وإشباع دوافع الأبوة والأمومة، لا يتحقق أيضًا إلا من خلال الجماعة (الأسرة). وشغل المركز الاجتماعي الملائم لا يتحقق إلا من خلال عضوية العديد من الجماعات الأخرى في المجتمع.

ومن أسس العمل مع الجماعات:

تستند طريقة العمل مع الجماعات إلى ثلاثة أسس هي:

١- أن الإنسان كائن اجتماعي، يكتسب سماته الاجتماعية بتفاعله (أي باتصاله) مع الجماعات التي يعيش فيها. ومن هنا كانت أهمية الجماعات التي ينتمي إليها الإنسان باعتبارها المسئولة عما يميز الإنسان من خصال طيبة أو غير طيبة، الأمر الذي يتطلب من الأخصائيين في خدمة الجماعة أن يقدروا مسئولياتهم وأن يدركوا عظم المسئوليات الملقاة على عواتقهم.

٢- أن السمات الإنسانية قابلة للتغيير أو إعادة التشكيل، بل أن بعضها يمكن استبداله بسمات أخرى أكثر إيجابية، على أساس أن تلك السمات

مكتسبة وليست موروثة، حيث يكتسبها الفرد من خلال ما يمر به من تجاوب في حياته الاجتماعية ومن خلال اتصاله بغيره من أعضاء الجماعات، وأثناء تفاعله مع المواقف التي يمر بها، بما تنطوي عليه تلك المواقف من عوامل كثيرة متداخلة. ومن هنا يمكن القول إنه من خلال اتصالات الفرد المستمرة بالجماعة يمكن تشكيل سلوكيات الفرد بما يتفق مع صالح المجتمع وكذلك إعادة صياغة سلوكيات الفرد إذا كانت لا تتفق مع المصلحة الاجتماعية العامة. وبالتالي فإن خدمة الجماعة هي التي تبرز قدرة الناس على اكتساب خصال جديدة صالحة، والتخلي عن خصال غير صالحة، أو التي لا تتلاءم مع التطور الاجتماعي. وإلى هذا السبب وحده أصبح للعمل مع الجماعات معنى له أهميته وفعاليته.

٣- أن الإنسان يتأثر في تشكيل سلوكه بمن يحيط به من أفراد الأسرة وهو لا يزال صغيرًا، ثم يتأثر كذلك بأفراد جماعات اللعب أو الدراسة أو العمل... بعد ذلك، ومن هنا فأن أفضل طريقة لتشكيل سلوك الفرد أو إعادة تشكيل سلوكياته، هي التي تكون من خلال الجماعات التي يعيش فيها وبالتالي فأن الجماعة هي أداة الخدمة الاجتماعية في التأثير على الأفراد من أجل إتباع بعض الأنماط السلوكية الإيجابية، واجتناب غيرها من الأنماط السلوكية السلبية وبذلك لم تعد خدمة الجماعة نوعًا من الوعظ أو النصح، وإنما أصبحت تعتمد على توفير الجو الاجتماعي الذي يتيح للفرد التعود على الأساليب السلوكية المستهدفة من أخصائي خدمة الجماعة[٢٥].

وسائل الاتصال في العمل مع الجماعات :

لطريقة العمل مع الجماعات أساليب فنية خاصة تعتمد على جمع الحقائق، التفكير والتحليل (أي التشخيص)، ثم وضع التصميم ووضع الخطة لمساعدة الفرد والجماعة، فالدراسة هي الوسيلة التي تحدد طبيعة التدخل المهني للأخصائي، والمساعدة التي يمكن أن تقدم للجماعة، ومن خلال تحليل المواقف الجماعية واستجابة الأفراد يمكن إدراك المتغيرات التي تصاحب الجهود التي تقدم للجماعة وأفرادها.

(أ) الملاحظة:

حيث تعتبر الملاحظة من أهم أساليب دراسة السلوك الاجتماعي، إذ أنها تحتل مكان الصدارة بين أساليب الدراسة في ديناميات الجماعة وفي دراسة السلوك الجماعي والطرق التي تتبعها في حل مشكلاتها الجماعية.

وتشمل الملاحظة السلوك في نفس الوقت الذي يتم فيه وألوان المقاومة التي يبديها الأعضاء للجماعة وبرامجها.

هذا وقد تحددت أهمية الملاحظة في العمل مع الجماعات في أنها:

١. تفيد في معرفة نمط الاتصال في الجماعة حيث تمكننا من معرفة من يتحدث وإلى أي مدى يمكن الاستمرار في الحديث والسرعة التي يتحدث بها، ومن يثير المتاعب، ومن يتصرف عن المتحدث وما هي الوسائل المستخدمة كالأسئلة والتعليقات.

٢. كما تفيد في فهم ديناميات صناعة القرار في الجماعة.

٣. تسهم في معرفة وفهم وسائل التعبير اللفظية وغير اللفظية.

هذا وتتم الملاحظة في العمل مع الجماعات أما عن طريق:

- الأعضاء أنفسهم - الأخصائي الاجتماعي.

فالملاحظة الذاتية لأعضاء الجماعة تعني ملاحظة أعضاء الجماعة لسلوكهم وتسجيل هذه الملاحظات ثم عرضها على الجماعة خلال الاجتماعات الدورية، ويسهم هذا السلوك المرغوب في الحد من السلوك غير المرغوب، أما الملاحظة بواسطة الأخصائي فيقوم الأخصائي من خلال عملية الملاحظة بدراسة وفهم المتغيرات التي طرأت على كل من الأعضاء كأفراد والجماعة كوحدة قائمة بذاتها.

(ب) الدراسات التجريبية:

من وسائل الدراسة في طريقة العمل مع الجماعات الدراسات التجريبية وقد أسهمت التجربة بوصفها منهجًا للدراسة إلى حد كبير في فهمنا للسلوك الجماعي، وتستهدف التجربة في الدراسة العملية إلى إيجاد صورة من التحكم والضبط الاجتماعي لموقف معين يتضمن تحديد العوامل أو المتغيرات الأخرى وبذلك يمكن دراسة تأثير كل متغير أو نقل النتائج العامة على مواقف خارج الجماعة.

(جـ) القياس السوسيومتري:

وهو من وسائل الدراسة في طريقة العمل مع الجماعات باعتبارها جماعات اجتماعية قائمة بذاتها في الواقع، وتحاول الكشف عن درجة تجانس الجماعة. وهي تتركز على معيار لقياس الظاهرة الاجتماعية ليس في عمومها ولكن لقياس العلاقات بين الأشخاص معتمدة على التجاذب والتنافر بينهم، ويمكن النظر للسوسيومترية باعتبارها نظرية في البناء الاجتماعي غير الرسمي للمجتمعات الإنسانية والجماعات الاجتماعية، فالمجتمع الإنساني أكثر من مجرد شبكة من العلاقات الداخلية، أنه يحمل موضوع في الوجود ذاته،

ويتطلب الاختيار السوسيومتري بيان اختيار الأفراد بغية إيجاد عدد من الارتباطات بموقف جماعة معينة أو نشاطها ويطلق على أساس الاختيار - عمومًا - أو المحك السوسيومتري، وقد يكون عام جدًا أو لربما يكون محددًا جدًا وتختلف عدد الاختبارات الموزعة بين هذين الحدين وقد تكون الاختيارات مركزة حول عدد معين من الأشخاص.

(ء) النظريات العامة:

وهي التي تتعلق بسلوك الأفراد والجماعات أي معرفة ما يتعلق بديناميكية الأفراد والجماعات وألوان المعرفة التي تتعلق بالأمراض العقلية والنفسية، ومعرفة ما يتعلق بالبيئة الاجتماعية التي يعمل فيها الأخصائي الاجتماعي، أي معرفة ثقافة المجتمع ذات الأثر الفعال على الجماعات التي تعمل معها كجماعات وأفراد.

(هـ) الإصغاء والتجاوب:

فإصغاء الأخصائي الاجتماعي لأحاديث الأعضاء وما يتضمنه من معان في أثناء ممارستهم للنشاط سواء أكانت هذه الأحاديث موجهة إليه أم أحاديث يتبادلها الأعضاء فيما بينهم يساعده على معرفة رغباتهم، حاجاتهم وعلاقاتهم، كما أن إصغاء الأخصائي للأعضاء يشعرهم بأهمية رأيهم.

أما التجاوب يعتبر من الأساليب الفنية التي يوظفها الأخصائي في عمليات الاتصال بالعملاء ويطلق «شوارتز» على هذه العملية عملية التناغم وتشمل قدرة الأخصائي على التحكم في مشاعره، خاصة تجاه مواقف العميل السلبية ومحاولته لأن يضع نفسه مكان العميل وهذا يتطلب منهم أن يكون أكثر حساسية واستجابة لاتصالاته غير المباشرة للعميل خاصة في الجلسات الأولى للجماعة.

هذه بعض الوسائل لدراسة الجماعة في طريقة العمل مع الجماعات، وهناك وسائل أخرى يستخدمها الأخصائي الاجتماعي في عمله مع الجماعة منها المقاييس المختلفة، الاستفتاءات، التقارير، الأبحاث العلمية، ويجب أن ينتقي منها الأخصائي الاجتماعي أسلوب الدراسة الذي يتناسب مع طبيعة الجماعة وأعضائها ويناسب طبيعة الموقف ومرحلة النمو التي تمر بها الجماعة(٢٦).

(٣) الاتصال وتنظيم المجتمع:

تنظيم المجتمع هي طريقة من طرق الخدمة الاجتماعية يمارسها أخصائيون اجتماعيون ملتزمون بالمنهج العلمي لمساعدة المجتمع وقيادته الشعبية والتنفيذية على التحرك لمواجهة مشكلاته أو تنشيطه لإدراك المشكلات ووضع الأولويات المناسبة لها وتدعيم الجهود التي يبذلونها من أجل المطالبة بحقوقهم والتأثير على متخذي القرارات من خلال القنوات الشرعية لتحقيق الأهداف المادية والمعنوية في حدود الإمكانات المتاحة أو التي يمكن أتاحتها بالجهود الذاتية ومن خلال المؤسسات الحكومية والأهلية.

ويعكس هذا التعريف التطورات التي تمر بها طريقة تنظيم المجتمع خلال مرحلة السبعينات والتي اتسمت فيها الممارسة في مصر على التركيز على الموقف المتكامل سواء عن الطريق الخاصة بالخدمة الاجتماعية أو على مستوى العمليات والمراحل الخاصة بالطريقة ولقد التزم التعريف بالجوانب الشكلية والموضوعية للتعريف كما التزم بالجوانب الأساسية للتعريف من حيث الماهية لأن تنظيم المجتمع طريقا و الكيفية (يمارسها أخصائيون اجتماعيون) والعمليةلأن الطريقة لها أكثر من هدف :

١- العمل المشترك مع أفراد المجتمع وقيادته (تنمية).

٢- وضع الأولويات بناء على دراسة متعمقة (تخطيط).

٣- العمل مع المنظمات غير الحكومية والحكومية (تنسيق).

٤- التأثير على متخذي القرارات (دفاع).

مع الالتزام بالقنوات الشرعية أثناء المطالبة وكذلك احترام آراء القيادات الشعبية والتنفيذية عند وضع الأولويات الخاصة بالمشروعات كما أشار التعرف إلى أهمية الالتزام بالواقع عند مواجهة الاحتياجات وذلك بالاستعانة بالإمكانات المتاحة وكذلك الجهود الذاتية بالإضافة إلى الإمكانات المتوفرة لدى المؤسسات الحكومية والأهلية[٢٧].

العوامل التي تساعد على نجاح مهارة الاتصال في تنظيم المجتمع[٢٨]:

لكي يقوم الأخصائي الاجتماعي بهذه المهارة وينجح فيها لابد من الآتي:

أ - الإعداد الجيد لعملية الاتصال:

ونقصد بها اكتشافه وتحديد للمجال أو النطاق الذي سيتم فيه الاتصال، وتحديد نوعية الجمهور ورغباته واتجاهاته وسلوكياته، دراسة افضل السبل للاتصال بأفراد المجتمع (أي تحديد الهدف من الاتصال تحديدًا جيدً).

ب ـ الصراحة والوضوح:

- يجب الابتعاد عن تلفيق البيانات أو إخفاء الحقائق .
- عدم التحريف في الألفاظ بحيث تكون هناك مصارحة تامة .
- الوضوح التام في إرسال الرسالة بحيث يتحقق الإقناع المطلوب .

جـ - اختيار الوسيلة المناسبة للاتصال:

يجب على الأخصائي الاجتماعي أن يستعرض الوسائل المختلفة للاتصال ويختار منها أنسب الوسائل لتحقيق الأهداف... وأن تكون الوسيلة مناسبة لأفراد المجتمع من حيث (المستوى الثقافي، الاجتماعي، الاقتصادي، القيمي).

(ء) الدراسة الجيدة لأفراد المجتمع:

حتى تكون الأداة المستخدمة مناسبة لهم حيث أن الاتصال مع الشباب يتطلب أداة تختلف عن الاتصال بالأطفال، والاتصال مع مجموعات كبيرة يتطلب أداة تختلف عن الاتصال بعدد محدود من الأفراد.

(هـ) اختيار الوقت المناسب:

حيث يلعب التوقيت دور مهم في نجاح الأخصائي الاجتماعي في القيام بتحقيق الأهداف المطلوبة أو فشله في تحقيقها والمقصود هنا بالوقت المناسب لكلا الطرفين وعدم إهمال طرف على حساب الآخر.

(و) إشراك بعض القيادات أو أفراد المجتمع عند التخطيط لعملية الاتصال:

حيث تعد مشاركة المواطنين عنصر حيوي ومهم لنجاح عملية الاتصال فهم أقدر على التعبير عن احتياجاتهم والوسائل المناسبة لإشباعها والأساليب المناسبة لاتصال بأفراد المجتمع.

(ز) الأصغاء الجيد:

والإصغاء يتطلب من الأخصائي الاجتماعي فهم لما يسمعه،ومهارة الإصغاء شيء ضروري للأخصائي الاجتماعي حيث يمكن من خلالها كسب ثقة

أفراد المجتمع والتأثير فيهم وبالتالي حل مشكلاتهم وفي ذلك يقول «مرندل جونسون» إذا حرفنا أكبر قسم من حياتنا في الإصغاء العميق والتفكير الهادئ فإن ذلك يجعل أرواحنا تصبح أغنى وأطول وأقول أنه يجعلنا أكثر قربًا من الناس وأكثر احترامًا لقيمهم.

(س) تجنب الوقوع في أخطاء عقوبة:

قد يؤدي اندفاع الأخصائي الاجتماعي إلى تحقيق الأهداف إلى الوقع في بعض الأخطاء غير المتعمدة مثل (إهمال بعض الأفراد، عدم الإصغاء الجيد لبعض الأفراد والإصغاء الجيد لآخرين.... إلخ) وإذا حدث هذا الخطأ يجب العمل على تلافيه وتصحيحه بأسرع ما يمكن حتى لا يحدث شيء غير مرغوب فيه بالمجتمع.

(ش) متابعة الاتصال:

يعتبر من أهم العوامل التي تساعد على نجاح الاتصال هو المتابعة والتعرف على الجوانب التي تم الوصول إليها والجوانب الأخرى التي لم يتحقق فيها النجاح ودراسة الأسباب من وراء ذلك... فإذا قام الأخصائي الاجتماعي بإرسال مجموعة من أفراد المجتمع لحل مشكلة خاصة بهم أو بالمجتمع الذي يعيشون فيه فلا يكتفي بذلك وإنما عليه الاتصال بالجهات التي أرسلهم إليها والتأكد من نجاح أفراد المجتمع في الوصول إلى حل أو الأسباب التي حالت دون الوصول إلى حل... لأن ذلك دليل على مهارة الأخصائي الاجتماعي في الاتصال وحرصه على استمرار العلاقة وليست العلاقة مجرد تتحقق أو لم تتحقق.

ومن عناصر عملية الاتصال في طريقة تنظيم المجتمع :

أ- المهارة في تقدير احتياجات المجتمع .

ب- المهارة في زيادة معدلات المشاركة بين أفراد المجتمع .

جـ المهارة في تحقيق الانتماء والولاء بين أفراد المجتمع .

د- المهارة في تصميم البرامج.

المراجع المستخدمة

1- Fred Claud: Economic Justice Necessary condition Rights, Jaurnal of Enter Graup Relations, 19, No.4. 1993.

٢. الفاروق زكي يونس: الخدمة الاجتماعية والتغير الاجتماعي، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٧٨، ص:١٢٧.

٣. مدحت فؤاد فتوح: الخدمة الاجتماعية، مدخل تكاملي، ط٢، القاهرة، دار النهضة العربية، ١٩٩٦، ص:١٣٢.

٤. أحمد محمد السنهوري: مداخل ونظريات ونماذج الممارسة المعاصرة في الخدمة الاجتماعية، القاهرة، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، ١٩٩٨، ص:١٣٢.

٥. أيمن إسماعيل يعقوب: نموذج جاك روثمان عن ملاك أحمد الرشيدي وآخرون، نظريات ونماذج علمية في تنظيم المجتمع، القاهرة، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، ١٩٩٤، ص:١٢٣.

٦. رشاد أحمد عبد اللطيف: مهارات حديثة في الخدمة الاجتماعية لمواجهة التحديات المعاصرة، مجلة دراسات الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، العدد الثاني، ١٩٩٧، ص:١٠-١١.

٧. ماهر أبو المعاطي: الخدمة الاجتماعية وتحديات القرن الحادي والعشرين رؤية مستقبلية، بحث منشور بالمؤتمر العلمي الحادي عشر، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، ١٩٨٨، ص:٤٩-٥٠.

٨. رشاد أحمد عبد اللطيف: مهارات حديثة في الخدمة الاجتماعية لمواجهة التحديات المعاصرة،مرجع سابق، ص:١٠-١١.

٩. ماهر أبو المعاطي: الخدمة الاجتماعية وتحديات القرن الحادي والعشرين، ص:٤٩-٥٠.

١٠. أحمد محمد السنهوري: مداخل ونظريات ونماذج الممارسة المعاصرة في الخدمة الاجتماعية،مرجع سابق، ص:١٥٣.

١١. أحمد مصطفى خاطر: الرعاية الاجتماعية، التطور التاريخي، إسهامات الحضارات المختلفة، بحوث في مجالاتها، ص:١٧٧.

١٢. على الدين السيد: مدخل إلى الخدمة الاجتماعية بين النظرية والتطبيق، القاهرة، مكتبة عين شمس، ١٩٩٦، ص:١٣٤.

١٣. المرجع السابق، ص:٢٤٠.

١٤. عبد المنعم هاشم: نحو منهاج متطور للخدمة الاجتماعية في مجال العمل مع الشباب، أعمال المؤتمر العلمي الخامس، كلية الخدمة الإجتماعية، جامعة القاهرة، ١٩٩١، ص: ١٠٣.

١٥. ماهر أبو المعاطي وآخرون: الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب، السوق الريادي لجامعة حلوان، ٢٠٠٠، ص:٢٠.

١٦. أحمد مصطفى خاطر: الرعاية الاجتماعية، مرجع سابق، ص:٦٠.

١٧. مصطفى حسان: الرعاية الاجتماعية في الإسلام والخدمة الاجتماعية، القاهرة، المعهد العالي للفكر الإسلامي، ١٩٩١، ص:٣.

١٨. عبد الكريم عفيفي :الاتصال في الخدمة الاجتماعية، مرجع سابق، ص:٤٥-٥٠.

19. رشاد أحمد عبد اللطيف: الاتصال في الخدمة الاجتماعية، مرجع سابق، ص: ٢٤-٢٦.
20. المرجع السابق، ص: ٢٧.
21. محمد عبد الحميد: الاتصال في مجالات الابداع الفني، مرجع سابق، ص: ٢٠-٢٢.
22. زيدان عبد الباقي: الاتصال في الخدمة الاجتماعية، مرجع سابق، ص: ٧٧.
23. صبري النمر: أساليب الاتصال الاجتماعي، المكتب العلمي للبحوث، ١٩٩٦، ص: ٢١٥.
24. رشاد أحمد عبد اللطيف: الاتصال في الخدمة الاجتماعية، مرجع سابق، ص: ٤٤.
25. زيدان عبد الباقي: الاتصال في الخدمة الاجتماعية، مرجع سابق، ص: ٨٧-٨٨.
26. صبري النمر: أساليب الاتصال الاجتماعي، مرجع سابق، ص: ٢٢٠-٢٢٧
27. رشاد عبد اللطيف: أسس طريقة تنظيم المجتمع في الخدمة الاجتماعية، الأسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠١، ص: ٥٨.
28. رشاد أحمد عبد اللطيف: الاتصال في الخدمة الاجتماعية، مرجع سابق، ص: ٥٣-٥٥.